

Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg

Fakultät: Design, Medien und Information

Department: Medientechnik

Studiengang: Zeitabhängige Medien / Sound - Vision - Games

Zwischen Hygge und Harvest Moon:

Eine multidimensionale Analyse und Definition von Cozy Games hinsichtlich ihres Potenzials für eine Cozy Erfahrung im Kontext eines medien-kulturellen Wandels

Masterthesis

Vorgelegt von: Nadja Clauberg

[REDACTED]

[REDACTED]

Tag der Abgabe: Sommersemester 2024, 18.09.2024

Betreuender Prüfer: Prof. Gunther Rehfeld

Zweite Prüferin: Anke Günther

Zusammenfassung

In den letzten Jahren haben sogenannte *Cozy Games* eine wachsende Popularität und Bedeutung in der Videospieldkultur erlangt. Diese Entwicklung wurde insbesondere durch den Erfolg des Nintendo Switch Spiels *Animal Crossing: New Horizons* im März 2020 begünstigt, das parallel zu den aufkommenden Lockdown-Maßnahmen der COVID-19-Pandemie eine tägliche Beschäftigung für Millionen Spielende zuhause darstellte.

Die vorliegende Arbeit zielt darauf ab, eine umfassende Definition von *Cozy Games* zu erstellen, indem diese als Produkte komplexer kultureller und medialer Entwicklungen analysiert werden. Dabei wird aufgezeigt, dass *Cozy Games* über eine einfache Genrezuordnung hinausgehen und vielmehr als eine dynamische Kategorie verstanden werden sollten, die sich durch ihre besondere Fähigkeit auszeichnet, eine sogenannte „*Cozy Erfahrung*“ zu erzeugen.

Durch die Analyse verschiedener *Cozy Games* in Bezug auf deren audiovisuelle Gestaltung und Game Design wird eine Vielzahl *primärer* und *sekundärer Faktoren* identifiziert, die zur Schaffung dieser Erfahrung beitragen. Es wird festgestellt, dass *Cozy Games* nicht zwingend alle Faktoren aufweisen müssen, sondern dass die überwiegende Präsenz dieser Elemente entscheidend für die Erzeugung der *Cozy Erfahrung* ist. Zu den zentralen Merkmalen gehören unter anderem das Prinzip der Nostalgie, das Kontrast-Prinzip, das Home-Prinzip, die Verwendung spezifischer Motive und Symbole, stilisierte Grafik, kohärente Farbgestaltung (oft in natürlichen Tönen), beruhigende Musik, sowie einfache, nicht-zeitintensive und nicht-kompetitive Spielmechaniken.

Zudem sind visuelle Anpassbarkeit und die Kontrolle über Spieltempo und Aufgabenpriorisierung charakteristisch für diese Spiele. Ein weiteres Merkmal von *Cozy Games* ist außerdem ihr hoher Grad an Inklusivität. Diese Merkmale begründen, dass *Cozy Games* eine besonders umfassende Zielgruppe ansprechen, die selbst Menschen ohne bisherigen Zugang zu Videospiele zu Spieler:innen werden lassen. Es wird weiterhin aufgezeigt, dass die *Cozy Erfahrung* maßgeblich davon abhängt, ob im Spiel grundlegende Bedürfnisse wie Sicherheit erfüllt werden. Darüber hinaus wird die *Cozy Erfahrung* stark durch die Wahl der Spielsituation beeinflusst, wobei mobile oder hybrid-mobile Plattformen bevorzugt werden, die das Spielen in häuslichen Umgebungen ermöglichen.

Cozy Games besitzen dabei das Potenzial, sowohl Identitäts- als auch Gemeinschaftsgefühl der Spieler:innen zu fördern, was sich in der Entstehung einer „*Cozy Culture*“ manifestiert. Diese Kultur prägt nicht nur die Gestaltung der Spiele, sondern beeinflusst auch die ästhetischen Vorlieben und Freizeitgewohnheiten der Spielenden, was auf die tiefgreifende Bedeutung von *Cozy Games* für die sich wandelnde Videospieldkultur hinweist.

Abstract

In recent years, *Cozy Games* have gained increasing popularity and significance within the video game culture. This trend has been particularly catalyzed by the success of the Nintendo Switch game *Animal Crossing: New Horizons* in 2020, coinciding with the onset of the COVID-19 pandemic, which led to millions of people playing the game at home.

This study aims to develop a comprehensive definition of Cozy Games by analyzing them as products of complex cultural and media developments. It demonstrates that Cozy Games extend beyond a simple genre classification and should instead be understood as a dynamic category characterized by their unique ability to create a "*Cozy Experience*".

Through a systematic analysis of various games in terms of their audiovisual design and game mechanics, a wide range of primary and secondary factors contributing to the Cozy Experience have been identified. The study finds that Cozy Games do not necessarily need to fulfill all these factors, but rather that the prevalence of these elements is crucial in generating the Cozy Experience. Key characteristics include nostalgia, the Contrast Principle, the Home Principle, the use of specific motifs and symbols, stylized graphics, coherent color schemes (often in natural tones), soothing music and simple, non-time-intensive and non-competitive gameplay mechanics.

Additionally, visual customizability and control over game pacing and task prioritization are distinctive features of these games. Another defining aspect of Cozy Games is their high level of inclusivity. Because of these characteristics, it is shown that Cozy Games attract a wide target audience, that also includes people who did not play video games before.

The study further shows that the Cozy Experience is significantly dependent on the fulfillment of basic needs, such as safety, within the game.

Furthermore, the Cozy Experience is strongly influenced by the choice of the gaming situation, with mobile or hybrid-mobile platforms being preferred, as they allow for individual gaming situations in domestic environments.

Cozy Games foster a sense of identity and community among players, which is particularly evident in the emerging "*Cozy Culture*". This culture not only shapes the design of the games themselves but also extends into players' everyday lives by influencing their aesthetic preferences and leisure time, underscoring the profound impact of Cozy Games on the evolving video game culture.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
2. Zeitliche Entwicklung von Cozy Games	4
2.1 Die Geburt von Cozy Games: Harvest Moon 1996	5
2.2 Ein zweiter Meilenstein: Animal Crossing 2001	8
2.3. Verlauf bis 2016	10
2.4 Wendepunkt für Cozy Games: Stardew Valley 2016	12
2.5 Ungeahnte Popularität: COVID-19 und Animal Crossing: New Horizons 2020	14
2.6 Der Aufschwung der Cozy Games ab 2020 durch Internetplattformen	16
3. Einflüsse auf und von Cozy Games	18
3.1 Einflüsse der Videospieldkultur	18
3.1.1 Retro/ Nostalgie	18
3.1.2 Der Wunsch nach neuen Spielekonzepten	20
3.1.3 Einfluss von Casual und Hardcore Games auf Cozy Games	22
3.1.4 Indie-Entwickler vs. AAA	22
3.1.5 User Generated Content	24
3.1.6 Mobile Plattformen	26
3.2 Der Einfluss japanischer Medien und Kawaii	31
3.3. Konzepte der Gemütlichkeit: Hygge	34
3.4. „Aesthetics“ auf Instagram - Cottage Core, Dark Academia und co	35
3.5 Der Einfluss von Cozy Games	37
3.5.1 Die Entstehung einer Cozy Culture auf auf Social Media	37
3.5.2 Cozy Games Online-Communities	40
3.5.3 Virtueller Safe Space: Cozy Games und Inklusivität	42
3.5.4 Cozy Games und mentale Gesundheit	45
4. Cozy Games Motive und Prinzipien	46
4.1 Motive, Themen und Symbole	46
4.2 Das Kontrast-Prinzip	56
4.3 Das Home-Prinzip	58
5. Game Design	61
5.1 Spieler:innenmotivation und Zielgruppe	61
5.1.1 Die Bedürfnispyramide nach Maslow angewendet auf Cozy Games	61
5.1.2 Arten von Spielenden nach Quantic Foundry	62
5.1.3 Demographische Zielgruppe von Cozy Games	64
5.2 Game Design Prinzipien in Cozy Games	68
5.2.1 Cozy Mechaniken: Simplifizierung und Beschönigung komplexer Systeme	68
5.2.2 Design für Emotionen	70
5.2.3 Pacing und Kontrolle	72
5.2.4 Routinen	77
5.2.5 Schwierigkeit	78
5.2.6 Erfolg und Progress	81

5.2.7 Ästhetik und Selbstausdruck.....	84
5.2.8 Sicherheit.....	89
5.2.9 Soziale Beziehungen und NPCs.....	92
5.10 Mechaniken für gelungenes Zusammenspielen.....	93
5.3 Vergleich von Cozy Farmingspielen mit Farmingspielen anderer Kategorien.....	95
5.4 Das Potenzial von Elementen der CE in Nicht-Cozy Games.....	97
6. Grafik und Visualität.....	100
6.1 Artstyle und Stilisierung.....	100
6.1.1 Kategorien von Cozy Game Artstyles.....	103
6.1.2 Signifikanz des Artstyles für Cozy Games.....	108
6.2 Dimension und Point of View.....	109
6.3 Farbgestaltung und ihr affektives Potenzial.....	110
6.3.1 Kategorien der farblichen Gestaltung von Cozy Games.....	113
6.4 Beleuchtung/ Licht.....	122
6.5 Characterdesign.....	123
6.5.2 Charakterportraits und Emotionen.....	128
6.6 Die Nutzung visuellen Kontrasts zur Darstellung negativer Motive.....	129
7. Auditive Gestaltung.....	132
7.1 Musik als Symbol für Entspannung am Beispiel des Lofi-Girls.....	133
8. Ergebnis: Definition von Cozy Games anhand ihrer Cozy Erfahrung.....	135
9. Fazit.....	140
10. Literatur- und Quellenverzeichnis.....	142

1. Einleitung

Während *Cozy Games* (auch bekannt als *Wholesome Games*) noch vor wenigen Jahren eine namenlose Kategorie mit einer begrenzten Auswahl an Titeln darstellten, ist spätestens seit dem kommerziellen Erfolg des *Nintendo Switch* Spiels *Animal Crossing: New Horizons* 2020 (Abb.1) der Begriff „Cozy Games“¹ immer populärer geworden. Cozy, das englische Wort für *gemütlich*, weist dabei auf den positiven Charakter der Spiele hin. Vor allem auf Social Media und Online-Plattformen erhalten Cozy Games seitdem eine beeindruckend hohe Aufmerksamkeit. Die Zeitung *Evening Standard* bezeichnet Cozy Games als „one of the hottest trends in gaming“ (Morris 2024), die *LA Times* nennt die Cozy Game Bewegung „revolutionär“ (Martens 2021). In einem Bericht zu den Statistiken des Jahres 2023 veröffentlicht das Videoportal YouTube die Daten, dass Videos mit Spielebezug und dem Wort *cozy* im Titel vom 1. Januar 2023 bis zum 1. November 2023 über 110 Millionen Mal aufgerufen wurden (Harter 2023). Videos mit Bezug auf die Cozy Spielreihe *Animal Crossing* erzielten vom 1. Januar 2023 bis zum 1. Oktober 2023 sogar 2,5 Milliarden Aufrufe (ebd. 2023). Die Suche nach „Cozy Games“ ist in den Google Suchanfragen von Juni 2020 bis Juni 2024 um 97% gestiegen.² (Abb.2) Doch auch die Suchanfragen für „cozy“ allein zeigen in den Statistiken der Suchmaschinen einen deutlichen Aufwärtstrend und zeugen von einer maßgeblichen Zunahme der Popularität und Medienwirksamkeit von Cozy Games vor allem in den letzten vier Jahren. Dies erklärt sich dadurch, dass Cozy sich als Attribut auf weitere Lebensbereiche, wie Lifestyle, Mode, Einrichtung, mentale Gesundheit, Selbstfürsorge und Achtsamkeit ausgeweitet hat. Diese Tendenz benenne ich in der folgenden Arbeit als *Cozy Culture* (siehe [Kapitel 3.5](#)).



Abb.1 *Animal Crossing: New Horizons* (2020) Cover + Screenshot

¹ Anmerkung bezüglich der Terminologie: In der folgenden Arbeit werde ich die Begriffe Games, Videospiele und Computerspiele in Quellen als gleichbedeutende Synonyme für digitale Spiele verstehen und selbst verwenden.

² <https://trends.google.com/trends/explore?date=all&q=cozy%20games&hl=en>

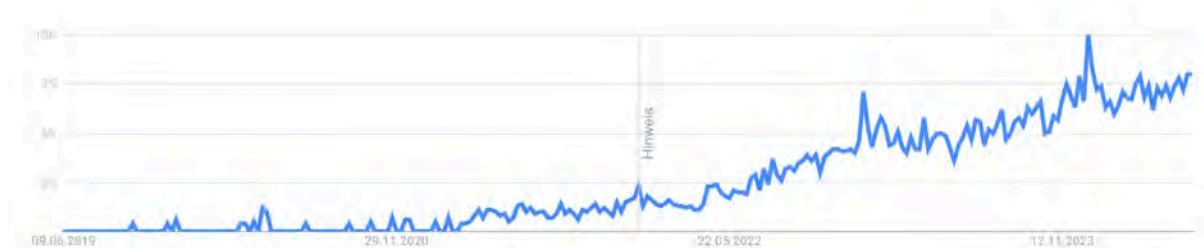


Abb.2 Weltweite Google-Trends zum Suchbegriff „Cozy Games“ zwischen 2019 und 2024

Durch das Aufkommen spezifischer medialer Angebote zum Thema Cozy Games und Cozy Culture, wie dedizierter YouTube- oder Social Media-Kanäle sowie wachsender Online-Communities, steigt die Repräsentation von Cozy Games ohne Zutun von Entwickler:innen, was eine äußerst organische Form des Marketings mit sich bringt. Seit dem 6.11.2022 findet jährlich die *Wholesome Direct* statt, eine moderierte Online-Veranstaltung in Videoform, die kommende Cozy Spiele ankündigt, Trailer präsentiert und Interviews mit Entwickler:innen zeigt. Betrachtet man Daten der Spiele-Distributionsplattform *Steam* im Detail, wird die Tendenz einer besonders starken Steigerung der Popularität von Cozy Games seit 2022 deutlich. Die Tags „wholesome“ und „cozy“ wurden der Seite erst 2022 hinzugefügt³ und umfassen bisher 689 Spiele. (Stand: Juni 2024) Weiterhin werden allein auf dieser Plattform 40 Spiele gelistet, die das Wort „cozy“ explizit *im Titel* tragen.⁴ 39 davon sind zwischen 2022-2024 veröffentlicht worden, beziehungsweise befinden sich noch in Entwicklung. 1690 Spiele werden gelistet, wenn man „cozy“ als allgemeinen Suchbegriff eingibt.⁵ Eine bedeutende Mehrheit dieser Titel benutzt „cozy“ dabei explizit in ihrer Produktbeschreibung. Diese Tendenzen legen nahe, dass die Vermarktung von Cozy Games gegenwärtig so einfach ist wie nie. Das Attribut Cozy hat sich in Bezug auf Games als positiv konnotierter Begriff fest etabliert. Cozy kann daher inzwischen nicht nur als Designaspekt dieser Spiele-Kategorie gesehen werden, sondern dient stattdessen inzwischen als *Buzzword*, also Mode- oder Trendwort. Die Nutzung des Wortes „cozy“ als Werbewert ermöglicht es sowohl Entwickler:innen als auch Werbetreibenden eine direkte Kommunikation der mit Cozy assoziierten Eigenschaften und Erwartungshaltungen eines Spiels an Kund:innen. Die Aufgabe, ein Spiel anhand seiner Merkmale als Cozy oder nicht Cozy einzustufen, unterliegt also inzwischen nicht mehr in Eigenverantwortlichkeit den Spieler:innen. Viele Entwickler:innen nehmen diese Wertung anhand expliziter Nennung im Titel oder in der Beschreibung des Spiels zugunsten kommerzieller Zwecke vorweg. Dies

³ <https://newsletter.gamediscover.co/p/the-evolution-of-steam-tags-and-why>

⁴ Beispiele: Cozy Caravan Cozy Dungeons, Cozy Island, Cozy Marbles, Cozy Grove, Cozy Designer, Cozy Time, CozyTyper, Cozy Crest, Cozy Grove, Cozy Designer, Cozy Time, CozyTyper, Cozy Crest, Cozy Escapes, Nom Nom: Cozy Forest Café

⁵ <https://store.steampowered.com/search/?term=cozy>

geht soweit, dass Entwickler:innen das Wort selbst diegetisch innerhalb des Spiels selbst verwenden. So benutzt das Cozy Spiel *Fae Farm* (Phoenix Labs, 2023) einen „Coziness Score“ für die Einrichtung des eigenen Hauses durch Spieler:innen (siehe [Kapitel 5.2.2](#)). Trotz ihrer gegenwärtigen Popularität wurde das Phänomen der Cozy Games in der akademischen Forschung jedoch bisher vernachlässigt, wodurch sich im Besonderen der Mangel einer umfassenden Definition ergibt.

Stattdessen werden Cozy Games in den gängigen Sprachkonventionen der Gamingkultur fälschlicherweise oft als *Genre* bezeichnet: „While cozy gaming may have started life as an online trend, it is now on its way to becoming a recognized genre – one that developers around the world are specifically designing for“ (Bellingham 2022).

Diese Arbeit spricht sich gegen die Verortung von Cozy Games als Genre aus, da gerade aktuelle Cozy Games eine Vielzahl von Genres umfassen, was auf eine zunehmende Diversifizierung ihrer Ausprägungsformen hinweist. Vor diesem Hintergrund schlägt die vorliegende Arbeit vor, Cozy Games nicht als Genre, sondern vielmehr als eine dynamische *Kategorie* zu betrachten, die eine breite Palette von Spielen unterschiedlicher Genres umfasst und gleichzeitig das Potenzial zur Aufnahme weiterer Genres bietet. Cozy fungiert damit als beschreibendes Attribut für Spiele verschiedener Genres. Diese begriffliche Anpassung ist weitaus weniger restriktiv, stellt die Definition von Cozy Games jedoch vor spezifische Herausforderungen, indem die Methoden der Analyse anhand gängiger genrebasierter Konventionen entfallen. Stattdessen erfordert die Neuinterpretation als Kategorie einen innovativen Ansatz zur Definition von Cozy Games.

Diese Arbeit schlägt das Konzept der „*Cozy Erfahrung*“ als alternative Herangehensweise vor. Dieser Begriff bietet durch seine Pluralität einen effektiven, vielschichtigen Rahmen zur Analyse von Cozy Games. Er umfasst zum einen den namensgebenden Faktor der Kategorie („Cozy“) und erweitert diesen um das Wort „Erfahrung“, die sowohl die medienspezifischen Eigenschaften, als auch die Interaktivität und Multidimensionalität von Videospielen sowie das Auslösen eines „Gefühls“ beim Spielen von Cozy Games berücksichtigt. Darauf basierend wird in dieser Arbeit die These aufgestellt, dass die Verwendung der *Cozy Erfahrung* als Parameter für die Analyse von Cozy Games eine effektive Möglichkeit zur Erstellung einer Definition darstellt. Dafür werden verschiedene formale und strukturelle Aspekte von Cozy Games in Bezug auf ihre Cozy Erfahrung betrachtet und in *Faktoren der Cozy Erfahrung* kategorisiert. Spiele, die diese Faktoren überwiegend erfüllen, können dementsprechend als Cozy Games klassifiziert werden. Zunächst ordne ich Cozy Games jedoch anhand ihrer zeitlichen Entstehung und Entwicklung ein und betrachte sie im Kontext kultureller und (trans-)medialer Tendenzen, die Cozy Games hinsichtlich ihrer Entstehung maßgeblich beeinflusst haben. Weiterhin ergründet die vorliegende Arbeit, inwiefern die Popularität von Cozy Games zu der Entstehung einer

außer-diegetischen *Cozy Culture* geführt hat, die sich sowohl durch eigene Ästhetik- und Konsumpräferenzen, spezifische Ansprüche in Bezug auf die Spielsituation und Communities von Cozy Spieler:innen, aber auch durch die Behandlung progressiver gesellschaftlicher Themen auszeichnet. Ich betrachte zudem, inwiefern sich diese Strukturen von denen der etablierten Gaming-Kultur lösen, beziehungsweise inwiefern diese durch die Popularität von Cozy Games und einer aufstrebenden *Cozy Culture* nachhaltig beeinflusst wird.

Des Weiteren werden Betrachtungen der formalen Merkmale von Cozy Games vorgenommen, um Tendenzen für Faktoren der Cozy Erfahrung abzuleiten. Diese umfassen neben wiederkehrenden thematischen Motiven und Symbolen grundlegende Game Design Prinzipien, Spieler:innenmotivation und Zielgruppe, die Abgrenzung zu anderen Spielen sowie ihre Visualität und Auditivität. Die so gewonnenen Erkenntnisse bieten Rückschlüsse darüber, welche Faktoren ein Spiel erfüllen muss, um eine besonders effektive *Cozy Erfahrung* zu bieten und dementsprechend als Cozy Game gewertet werden zu können.

Da die beliebtesten Cozy Spiele bisher Titel der *Animal Crossing* und *Harvest Moon*-Reihen sowie *Stardew Valley* und damit ausschließlich Spiele des Simulationsgenres darstellen, werden diese an vielen Stellen innerhalb der Arbeit thematisiert. Es ist jedoch anzumerken, dass die Faktoren der Cozy Erfahrung genreübergreifend Anwendung finden können. Da bislang aussagekräftige Studien bezüglich Cozy Games fehlen, werden in der folgenden Arbeit an vielen Stellen Meinungen in Form von *Zitaten* von Spieler:innen herangezogen.

2. Zeitliche Entwicklung von Cozy Games

Die zeitliche Einordnung des Phänomens Cozy Games muss getrennt vom Aufkommen des entsprechenden Begriffs betrachtet werden. Der Begriff etablierte sich parallel zu dem vermehrten Erscheinen von Spielen mit den charakteristischen Merkmalen dieser Kategorie, um sie terminologisch von anderen Spielekategorien zu differenzieren. Dies hat zur Folge, dass die Pioniere der Kategorie ihr erst *retrospektiv* zugewiesen werden können. Aufgrund der weiterhin vorherrschenden kontroversen Definition bleibt die exakte Identifikation der initialen Titel umstritten. Im nachfolgenden Kapitel werde ich jedoch drei spezifische Spiele vorgeschlagen, die anhand der in den Kapiteln 4-8 definierten Merkmale von Cozy Games zur Schaffung einer Cozy Erfahrung eine signifikante Rolle in der Entwicklung der Kategorie einnehmen.

2.1 Die Geburt von Cozy Games: Harvest Moon 1996

Das Spiel *Harvest Moon* (Abb.3), das 1996 von Amccus in Japan (1997 in Nordamerika, 1998 in Europa) für das *Super Nintendo Entertainment System* veröffentlicht wurde, positioniert sich gemäß seiner Charakteristika retrospektiv als *erstes* Cozy Game.



Abb.3 *Harvest Moon* (1996) Cover + Screenshot)

Es handelt sich um ein Simulationsspiel mit Fokus auf Aspekte der Landwirtschaft, ohne Verwendung damals üblicher Kampf-, Reaktions- oder Wettkampfmechaniken. Stattdessen setzt *Harvest Moon* laut seines Erfinders, dem Japaner Yasuhiro Wada, auf ein „non-kompetitives“ Gameplay und „den Charme des Dorflebens“ (Wada 2012). Für die Grundidee eines idyllischen Handlungsortes auf dem Land zog er dabei eigene autobiografische Erfahrungen bezüglich seiner Kindheit im ländlichen Japan heran. Seine nostalgische Sehnsucht nach der Natur und der Unbeschwertheit des Landlebens wollte Wada in Form eines Spielekonzepts umzusetzen. Schon vor der Entwicklung war die Sorge, sowohl seitens potenzieller Geldgeber in Wadas Studio, als auch seinerseits groß, dass ohne eine bestehende IP (Englisch: *intellectual property*) und damit verbunden einer existierenden Fanbase (Deutsch: *Anhängergemeinschaft*) nur schwer in Japan Erfolg zu fassen sei. Jedoch glaubte er daran, dass „der Markt während des stetigen Aufstiegs von Videospielen von neuen diversen Inhalten profitieren könnte“ (vgl. Wada 2012). Als grobes erstes Konzept wählte Wada zunächst „menschliche Entwicklung und Interaktion“, basierend auf den Schlüsselwörtern *Leben, Natur, Grün, Garten* sowie *Lebewesen* (vgl. ebd. 2012). So ergab sich der Serien-Titel 牧场物語, *Bokujō Monogatari*, zu Deutsch etwa „Farmgeschichte“, den die *Harvest Moon*-Spiele in Japan bis heute tragen.⁶ Während seiner Arbeit an einem

⁶ In Nordamerika und Europa wurden die Titel bis 2014 unter dem Namen *Harvest Moon* (auf Deutsch etwa: „Erntemond“) vertrieben, aufgrund eines Konflikts zwischen dem japanischen Publisher Marvellous und dem amerikanischen Publisher Natsume jedoch seit 2014 mit dem Titel *Story of Seasons* (vgl. Siliconera 2015). Da Natsume nach wie vor die Rechte an der Wortmarke *Harvest Moon* besitzt, veröffentlicht die Firma seit 2014

Konzept zog Wada Inspiration aus einem Spiel namens *Derby Stallion* (vgl. Wada 2012), in dem Spielende Pferde züchten und in kompetitiven Rennen antreten lassen. Erfolge und Fortschritte werden vor allem in Form von *Zahlen und Statistiken* gezeigt.

Dies inspirierte Wada dazu, eine *Farm* als elementaren Fokus seines Konzepts zu wählen. Die Spielwelt sollte das Land sein, gefüllt mit Natur, einem Gefühl von Gemeinschaft und menschlicher Interaktion, dem Betreiben der Farm und der Aufzucht von Tieren (vgl. Wada 2012). Wada selbst wollte ebenfalls ein Simulationsspiel erschaffen, jedoch vermeiden, den Fortschritt *in Zahlen* darzustellen. Stattdessen sollten die *Handlungen* der Spieler:innen zu Reaktionen führen. Diesbezüglich erklärt er sein Game Design-Konzept wie folgt: „You would want to create a cycle where you work diligently with a nice payoff or reward, the player would feel good just like in real life“ (Wada 2012). Dabei strebte er ein ausgewogenes *Pacing* (Rhythmus) für das Spiel an. Er vertritt die Meinung, dass „Unterhaltung ein Wechsel aus schneller und langsamer Geschwindigkeit“ sei und ein ausschließlich schnelles Gameplay dafür Sorge, dass ein Spiel „zu anstrengend“ wird, wohingegen beständige Ruhe „das Erlebte langweilig“ werden ließe (vgl. Wada 2012).

Die Idee, den Interaktionsraum einer Handlung der Spieler:innen in Form *kleiner rasterartiger Quadrate* anzulegen zog Wada hierbei aus den *The Legend of Zelda* Titeln, denen der Protagonist Link durch Schwingen des Schwertes einzelne Grasbüschel schneiden oder mithilfe einer Kerze Spinnennetze abbrennen konnte (vgl. Wada 2012). Für den Anbau von Gemüse müssen Erdquadranten gepflügt, mit Samen versehen, gegossen und geerntet werden. Baumstümpfe konnten mithilfe einer Axt, Steine mithilfe eines Hammers zerschlagen werden und lieferten auf diese Art wichtige Ressourcen. „Once you started working on the land, you wanted to go back and work on it more“ berichtet Wada 2012 rückblickend über das positiv-motivierte Gefühl beim Testen dieser Mechaniken. Diese Art *reaktiven Gameplays* im Kontext einer non-kompetitiven Landwirtschaftssimulation, das hier zum ersten Mal in dieser Form erdacht wurde, sollte die Grundlage für viele weitere Cozy Games der kommenden Jahre darstellen. Neben der Aufzucht von Tieren und dem Bestellen von Feldern wurde auch *menschliche Interaktion* Bestandteil des Spiels. Spieler:innen hatten im Dorf des Spiels die Möglichkeit, verschiedene *NPCs* (Non-Playable Characters/ nicht spielbare Charaktere) kennenzulernen und durch Gespräche sowie Geschenke Beziehungen zu ihnen aufzubauen. Von Zeit zu Zeit erfolgten spezielle Events in Form von *Cutscenes* (Zwischensequenzen), die mit steigender Sympathie der Charaktere den Spielenden gegenüber ausgelöst werden. Mit entsprechend hoher Zuneigung war es den Spielenden sogar möglich, eine von fünf Frauen des Dorfes zu heiraten, die jeweils ein individuelles

eigene Softwaretitel unter diesem Namen, die sich sowohl inhaltlich als auch optisch stark an den inoffiziellen Vorgängern orientieren. In der folgenden Arbeit werden sowohl *Harvest Moon* als auch *Story of Seasons* Teile erwähnt, wobei stets dieselbe Reihe gemeint sein wird, nicht aber die aktuellen Titel, die seit 2014 unter dem Namen *Harvest Moon* veröffentlicht werden.

Aussehen und eine eigenständige Persönlichkeit besaßen.⁷ Auch wenn *Harvest Moon* zum Großteil versuchte, mondän-alltägliches Landleben zu porträtieren, fügten die Entwickler:innen einige übernatürliche Elemente und magische Charaktere hinzu. Wada äußert sich dazu so: „The basic idea was to depict the everyday life and drama of real people. But since we wanted to target a wide range of users, including kids, to enjoy the game, we included some fantasy elements like the goddess⁸ and the Kappa to name a few“ (Wada 2012). Einen besonderen Fokus legte Wada bei der Entwicklung weiterhin auf den Aspekt des Lebens und der Emotionswelt. „The player and the villagers are living throughout the cycle, the time, the days, the seasons that pass by“ (Wada 2012). Diese Balance aus Alltag und magischen Elementen sollte ebenfalls Merkmal nachfolgender Cozy Games darstellen. Auch das „sehr warme Gefühl“ (ebd. 2012) der Welt und der Geschichte werden später ein grundlegender Bestandteil vieler kommender Cozy Spiele. Ebenso wie daraus etablierte Systeme, beispielsweise Beziehungen, der Wechsel von Tages- sowie Jahreszeiten und Events. Daher stellen die innovativen Konzepte des Spiels *Harvest Moon* eine bedeutende erste Grundlage für die Merkmale einer *Cozy Erfahrung* dar. Die initiale Veröffentlichung erzielte in Japan nur 20.000 verkaufte Einheiten (vgl. Wada 2012), was für die Neuartigkeit des Konzepts auf einem bisher sehr homogenen Markt spricht. Trotz gemischt ausfallender Reaktionen gab es jedoch auch viel positives Feedback und eine wachsende Fangemeinschaft entstand. So konnte der Titel letztlich circa 100.000 Exemplare verkaufen und galt als kommerzieller Erfolg für das Entwicklerstudio (vgl. Wada 2012). Bemerkenswert ist hier, dass die Fangemeinschaft äußerst bemüht um das Geben von Feedback war. Wadas Team trat mit den Fans über eine inoffizielle Community-Webseite in Kontakt, die Informationen und Hinweise bereitstellte. Dies stärkte die Bindung zur Spielerschaft, was zu jener Zeit eher unüblich war. In den folgenden Jahren erschienen viele weitere Ableger des Spiels für unterschiedliche Plattformen, deren Grundprinzip trotz variierender Handlung, Charaktere und einzelner Gameplay Elemente stets ähnlich blieb.⁹ In Bezug auf die Grafik prägte *Harvest Moon* schon damals mit einer limitierten Pixeloptik und stilisierten, manga-ähnlichen Charakteren den visuellen Konventionskannon für spätere Cozy Games. Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass das von Yasuhiro Wada erdachte Spielprinzip der *Harvest Moon* Teile einen maßgeblichen Einfluss auf die Entstehung der Cozy Games Kategorie unter Verwendung von Merkmalen der Cozy Erfahrung hat. Gleichzeitig kann es retrospektiv aufgrund seiner zur damaligen Zeit einzigartigen

⁷<https://fogu.com/hm/snes/wives.php#:~:text=Reach%20heart%20level%205%20and,girl%20to%20boogie%20with%20you.>

⁸ Die namenlose Erntegöttin ist ein übernatürlicher weiblich gelesener Charakter, der in vielen Harvest Moon Spielen auftritt. Kappa (河童, deutsch etwa "Flusskind") ist ein Fabelwesen der japanischen Yokai-Mythologie, das in Gewässern lebt Siehe hierzu: [https://de.wikipedia.org/wiki/Kappa_\(Y%C5%8Dkai\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Kappa_(Y%C5%8Dkai))

⁹ zwischen 1996-2024 sind, 31 Titel in der *Harvest Moon/ Story of Seasons* Hauptreihe erschienen

Kombination aus Themenwelten, Spielmechaniken sowie narrativer und audiovisueller Gestaltung als erstes Cozy Game der Videospiegelgeschichte bezeichnet werden.

2.2 Ein zweiter Meilenstein: Animal Crossing 2001

Animal Crossing ist eine Lebenssimulations-Videospielreihe, die seit 2001 von Nintendo für Nintendo-exklusive Konsolen entwickelt wird. Heute gehört sie zu den erfolgreichsten Spielereihen der Welt, deren letzter Ableger *Animal Crossing: New Horizons* für die *Nintendo Switch* seit März 2020 den Verkauf von 45.360 Millionen Einheiten (Stand Juni 2024) erzielt hat, von denen 11.7 Millionen bereits innerhalb der ersten 11 Tage nach Release erreicht wurden.¹⁰ Damit befindet es sich auf Platz zwei der am meisten verkauften Switch-Titel¹¹ und auf Rang 14 der der am meisten verkauften Videospiele aller Zeiten¹². Der erste Teil namens *Animal Crossing* (Abb.4) erschien 2001 in Japan für den *Nintendo 64*, und 2002/2004 als überarbeitete Neuauflage für den *Nintendo Gamecube* in Nordamerika und Europa.¹³ Mit mehr als 2.71 Millionen verkauften Einheiten ordnet es sich auf Rang 7 in der Liste der am häufigsten verkauften *Gamecube*-Spiele ein.¹⁴



Abb.4 *Animal Crossing* (2001) Cover + Screenshot)

In Interviews aus 2001 und 2003 berichten einige Personen des Entwicklerteams über die Produktion des Spiels. Auf die Frage, welche Art von Spiel *Animal Crossing* genau sei, antwortete Kazumi Totaka, Musikkomponist des Spiels: „It’s a *communication* game. The player lives in a village with animals and can enjoy village life. There’s a real-time clock, so depending on the season and time of day, various events occur in the village.“

¹⁰ <https://www.statista.com/statistics/1112631/animal-crossing-new-horizons-sales/>

¹¹ https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_best-selling_Nintendo_Switch_video_games

¹² https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_best-selling_video_games

¹³ https://de.wikipedia.org/wiki/Animal_Crossing

¹⁴ https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_best-selling_GameCube_video_games

In ihrer Umsetzung waren diese Prämissen für die damalige Zeit komplett neu und nicht vergleichbar mit Spielen, die den Markt populär befüllten, mit Ausnahme des zuvor erwähnten *Harvest Moon*. Beide Titel teilen naturnahe Themen, non-kompetitives Spieldesign, das Manipulieren der eigenen Spielumwelt, fortschreitender Tages- und Nachtzeiten, einen Jahreszeitenzyklus, und den sozialen Austausch mit verschiedenen Bewohner:innen. Katsuya Eguchi, einer der Director des Titels, berichtet über das Entstehen des ersten Konzepts: „We came up with the concept of a game where you hang out and do stuff with a bunch of people in a single field.“ Weiterhin betonte er die Bedeutung der angestrebten Kommunikation (Shmuplations 2022a). Diese sollte als Grundlage für einen Großteil der grundlegenden Gamedesign-Mechaniken dienen, die die Reihe bis heute prägen. So ist Kommunikation der Spieler:innen mit anderen Spielenden durch Briefe und das Tauschen von Möbeln möglich. Weiterhin enthält das Spiel eine große Menge geschriebener Dialoge zu den anthropomorphen Bewohner:innen des Dorfes (Abb.5), zu denen Spielende Beziehungen aufbauen können.



Abb.5 Anthropomorphe Charaktere in *Animal Crossing*

Diese sprechen eine eigene Sprache, die inzwischen als *Animalese* bezeichnet wird und durch das Wirken verschiedene Synthesizer Effekte auf einzelne geschriebene Silben der jeweiligen Spielsprache erzeugt wird.¹⁵ Eguchi äußert, dass die Konversation mit den Tieren als „Übung“ beziehungsweise „spaßige Form der Konversationen mit echten Menschen“ fungieren soll (vgl. Shmuplations 2022a). Nogami, ein weiterer Director des Spiels, fügt hinzu, dass er sich wünschen würde, „Spielende würden einander davon erzählen, was die Tiere ihnen sagen“. (Shmuplations 2022a). Dieser Ansatz mit Fokus auf ein pro-soziales Erleben innerhalb des Spiels, inspirierte noch viele folgende Cozy Games. Zudem ist *Animal Crossing* ein sehr „freies“ Spiel. Spielende sollen keinen Druck empfinden. Vielmehr sollen die vielfältig vorhandenen Aktivitäten, gepaart mit großer Entscheidungsfreiheit, den

¹⁵ <https://nookipedia.com/wiki/Animalese>

Gameloop füllen. Spielende können mit der Natur interagieren und fischen, ernten oder Insekten fangen, sowie sozial oder gestalterisch auf verschiedene Arten tätig werden. Hisashi Nogami, sagte dazu: „What people find interesting in *Animal Crossing* seems to differ from person to person – and that in itself is interesting. There really is so much diversity in the way people like to have fun.“ Eguchi fügt hinzu: „I don't think there's been a game like it before“ (Shmuplations, 2022a).

Auf die Frage, warum er ein Spiel „ohne Ende und ohne Story“ entwickelte, da dies sehr „mutig“ sei, antwortete Eguchi außerdem: „We were consciously trying to create something in a new genre that you couldn't easily reduce to a single label.“ Die Betonung der Frage stellenden Person auf das „mutige“ Konzept fernab existierender Genrekonventionen bestärkt die absolute Neu- und Andersartigkeit und damit die Pionier-Position des Spiels im Kontext der damaligen Zeit. Neben einer bunten, stilisierten Grafik und individuellen, niedlich dargestellten Tier-Charakteren, sollten auch die Musik sowie die im Spiel genutzten Soundeffekte eine entspannte Atmosphäre erzeugen (vgl. ebd. 2022a). Ein Zusammenspiel aus Grafik, Musik und Sounds, die sich je nach Umgebung, Jahres- und Nachtzeit ändern, ermöglicht den Spielenden so eine neue Art der Immersion in einer non-kompetitiven Welt. Diese Grundlage führen auch spätere Ableger der Reihe fort und gelten jeweils als maßgebliche Vertreter der Cozy Game Kategorie. Daher ergeben sich aus der Freiheit als Teil des Spielprinzips, dem Fokus auf Kommunikation und Selbstaussdruck, durch kreative Elemente wie dem Gestalten eigener Designs und Dekorieren des Hauses, sowie bislang unübliche non-kompetitive Mechaniken, wie angeln oder das Schreiben von Briefen, bedeutende Indikatoren für die Merkmale einer Cozy Erfahrung.

2.3. Verlauf bis 2016

In den Jahren nach dem erstmaligen Erscheinen von *Harvest Moon* (1996) und *Animal Crossing* (2001) wurde der Verlauf der Cozy Games vor allem von weiteren Ablegern beider Serien für verschiedene Plattformen bestimmt. Weitere Vertreter, die Ähnlichkeiten zu heutigen Cozy Games aufweisen, erschienen vereinzelt und vor allem für Nintendo-Konsolen, so wie das 2005 für den *Nintendo DS* veröffentlichte Simulationsspiel *Nintendogs* (Abb.6), das weltweit über 23.96 Millionen Mal verkauft wurde und damit den zweiten Rang nach Verkaufszahlen für diese Plattform für sich beanspruchen kann.¹⁶ Ein weiteres Spiel, das retrospektiv als Cozy Game eingeordnet werden kann, ist *Cooking Mama* (Abb.7), das von Office Create entwickelt wurde und 2006 für den *Nintendo DS* erschien. In *Cooking Mama* können Spielende in Form simplifizierter Minispiele verschiedene Arten des Kochens ausüben. Dabei weist das Spiel eine stark cartoonisierte 2D-Optik und stilisierte

¹⁶ <https://www.nintendo.co.jp/ir/en/finance/software/ds.html>

Charaktere auf. Mit 5.6 Millionen verkauften Einheiten gilt das Spiel als kommerziell erfolgreich.¹⁷

Kurz darauf erschien mit EA Redwood Shores' *MySims* 2007 (Abb.8) ein Ableger der erfolgreichen Videospieldreihe *Die Sims* für den *Nintendo DS* und die *Nintendo Wii*.¹⁸



Abb.6 *Nintendogs* (2005) Cover + Screenshot



Abb.7 *Cooking Mama* (2006) Cover + Screenshot



Abb.8 *MySims* (2007) Cover + Screenshot

Durch seine bunte und stark stilisierte Grafik, freie Game-Mechaniken, individuelles Spielen, die Möglichkeit Möbel zu bauen und ein Haus einzurichten sowie stilisiertes Charakterdesign weist es vor allem starke Ähnlichkeiten zu *Animal Crossing* auf, hebt sich aber durch seine

¹⁷ <https://www.vgchartz.com/game/399/cooking-mama/>

¹⁸ https://en.wikipedia.org/wiki/MySims#cite_note-30

starke Anpassbarkeit und Möglichkeiten der Umgebungsgestaltung mittels Baumechaniken davon gleichfalls ab. Viele Reviews thematisierten schon damals die Ähnlichkeit zu *Animal Crossing*. Zusätzlich wird *MySims* in der Fachpresse jedoch außerdem mit *Harvest Moon* verglichen, obwohl das Gameplay hier unterschiedlicher ist.¹⁹ Dies belegt, dass schon bevor Cozy Games als benannte Kategorie existierten, Spiele mit diesen Merkmalen jedoch stark mit *Animal Crossing* und *Harvest Moon* in Verbindung gesetzt werden. Einige Titel der Frühphase mögen retrospektiv nicht als zentral für die Entwicklung der Cozy Games Bewegung gelten. Dennoch fungieren sie als Wegbereiter zwischen dem Erscheinen von *Harvest Moon*, *Animal Crossing* und dem nächsten historischen Wendepunkt der Kategorie und zeigen auf, dass das Interesse an Spielen dieser Art schon vor ihrer späteren Popularität gegeben war.

2.4 Wendepunkt für Cozy Games: Stardew Valley 2016

Stardew Valley (Abb.9) ist ein Landwirtschaftssimulationsspiel in Pixel-Optik, das im Februar 2016 für den PC erschienen ist und seitdem auf viele weitere Plattformen portiert wurde. Entwickelt wurde es von dem Solo-Entwickler Eric Barone, der zumeist unter seinem Internet-Pseudonym *ConcernedApe* agiert.



Abb.9 *Stardew Valley* (2016) Cover + Screenshot

Bereits in den ersten zwei Monaten nach seinem Erscheinen erzielte das Spiel eine Millionen verkaufte Einheiten, bis 2022 wurden es über 20 Millionen.²⁰ Trotz begrenzter Entwicklungsressourcen erweist sich das Spiel daher als äußerst erfolgreich im kommerziellen Bereich. Sowohl thematisch als auch gameplay-technisch ist *Stardew Valley* stark an die *Harvest Moon* Reihe angelehnt, womit Barone offen umgeht (vgl. Barone 2022). Optisch orientiert es sich mit einer 2D-Pixelgrafik vor allem an dessen erstem Teil, der zu diesem Zeitpunkt bereits 20 Jahre zuvor veröffentlicht wurde. Barone selbst äußert sich

¹⁹ <https://www.metacritic.com/game/mysims/critic-reviews/>

²⁰ <https://levvel.com/stardew-valley-statistics/>

bezüglich seiner Liebe für die ersten *Harvest Moon* Spiele folgendermaßen: „That’s why I made *Stardew Valley*. I felt that about the early *Harvest Moon* games, that I loved. I wished they would just keep making these over and over with different characters and new worlds“ (Barone 2022).

Während *Stardew Valley* grundlegende Mechaniken, wie das Bestellen von Feldern, Kochen von Mahlzeiten, Aufzucht von Tieren und das Aufbauen sozialer freundschaftlicher sowie romantischer Beziehungen übernimmt, erweitert es das Gameplay zusätzlich um weitere Konzepte. Es etabliert als erstes Cozy Game ein *simplifiziertes Kampfsystem* zum Besiegen von Gegnern und das *Nutzen von Waffen* und grenzt sich damit von den bisher ausschließlich non-combat Mechaniken seiner Inspirationsquelle ab. Auch legt es den Fokus auf einen weitaus *diverseren Charakter-Pool*, der hinsichtlich sexueller Orientierungen und ethnischer Herkunft bedeutend *inklusiver* ist. Es ist Spieler:innen außerdem möglich, gleichgeschlechtliche Ehen einzugehen. Zusätzlich erweitert es das Gameplay Spektrum der bisher prägenden Genre Vertretern um Crafting-Systeme, das Leveln simplifizierter RPG-Werte des eigenen Charakters und ermöglicht ebenso diverse Möglichkeiten des Selbstaustausdrucks durch individuelle Gestaltung von Farm und Heim.

Es ist besonders zu erwähnen, dass *Stardew Valley* auch Jahre nach der Veröffentlichung weiterhin eine bemerkenswerte Marktleistung mit ungewöhnlicher Tendenz zeigt: Während die *ersten zehn Millionen* Exemplare innerhalb von *vier Jahren* in einem Zeitraum von Mai 2016 bis Januar 2020 abgesetzt wurden, verkauften sich weitere zehn Millionen Einheiten innerhalb von *nur zwei Jahren* zwischen Januar 2020 und März 2022.

Diese Entwicklung widerspricht der typischen Marktlogik, die normalerweise von exponentiell abnehmenden Verkaufszahlen nach der Einführungsphase eines Spiels ausgeht (vgl. McEvoy 2023). Einer der Gründe für den anhaltenden Erfolg des Spiels liegt in seiner Qualität als *kontinuierlich aktualisiertes Spiel*, das seit Release ausschließlich kostenfreie Updates erhält. Diese erweitern das Spiel bis heute (Stand Juni 2024) inhaltlich in unregelmäßigen Abständen und variieren in ihrem Umfang. Ein besonders wichtiges Update erhielt das Spiel 2018, in dem der *Multiplayer-Modus* eingeführt wurde.²¹ Dieser Modus ermöglicht sowohl kooperatives Lokal-, als auch Online-Spiel, was eine signifikante Erweiterung des Spielerlebnis ohne Zusatzkosten für die Spieler:innen darstellt.

Gerade diese progressiven Neuerungen *Stardew Valleys* werden die Cozy Games der folgenden Jahre stark beeinflussen. Den damals unvorhergesehenen Erfolg erklärt Barone retrospektiv damit, dass es „das richtige Spiel zur richtigen Zeit gewesen sei“. Er betont weiterhin:

²¹ https://stardewvalleywiki.com/Version_History#1.3.27

„Ich glaube, es gab eine wachsende Zahl von Leuten, die sich für ein Spiel interessierten, das nicht so sehr auf Fähigkeiten oder Wettbewerb basiert. Es spricht ein breiteres Publikum an als diejenigen, die man als Gamer bezeichnen würde“ (Barone 2022).

Damit lehnt er sich konzeptionell stark an den *non-kompetitiven Ansatz* des Spieledesigns an, den Wada bereits 1996 mit *Harvest Moon* erprobte. Verglichen mit Wadas Sorge, ein Spiel dieser Art würde womöglich wenig Anhänger:innen finden, wird mit Barones Aussage 26 Jahre später jedoch deutlich, dass sich Markt und Konsumverhalten inzwischen nennenswert gewandelt haben. Das Angebot sei im Vergleich zur Nachfrage nur zu gering gewesen: „Als *Stardew Valley* herauskam, gab es, glaube ich, nicht so viele Spiele, die alle ansprachen. Sogar Omas. Ich weiß, dass eine Menge Omas *Stardew Valley* mögen. Jeder mag es.“ (Barone 2022). In einem gemeinsamen Interview mit Barone und Wada benennt Barone den Reiz von *Stardew Valley* darin, dass „der Spieler das Storytelling anrege“ und es ihm „nicht vom Spiel aufgezwungen wird“. Man „entdecke das Spiel in seiner eigenen Geschwindigkeit“ (vgl. Barone, Wada 2016). Wada benennt dieses Konzept mit dem japanischen Wort 自由 (Jiyū do) für „Freiheit“ (vgl. Wada, Barone 2016). Das Erscheinen *Stardew Valleys* kann zusammenfassend als ein weiterer *Wendepunkt für Cozy Games* gesehen werden, da dieses folgende Cozy Games stark prägte und seit seinem Release eine immer höhere Zahl an vergleichbaren Titeln erschien. So werden noch aktuell, acht Jahre nach Release, regelmäßig Artikel und Videos mit dem Titel „Spiele wie *Stardew Valley*“²² veröffentlicht, was von einer nach wie vor großen beziehungsweise sogar *steigenden* Nachfrage zeugt. Mit dem Aufgreifen von Elementen der Cozy Erfahrung aus *Harvest Moon*, erweitert um Möglichkeiten des kreativen Ausdrucks und Themen wie Inklusivität und Repräsentation sowie neuen Arten des kooperativen Zusammenspiels, erweitert *Stardew Valley* die Möglichkeiten zur Erzeugung einer Cozy Erfahrung

2.5 Ungeahnte Popularität: COVID-19 und Animal Crossing: New Horizons 2020

Der globale Kampf gegen die COVID-19 Pandemie führte im Jahr 2020 zu drastischen Maßnahmen. Nachdem die Weltgesundheitsorganisation (WHO) am 11. März die zuvor als Epidemie kategorisierte Infektionswelle zu einer Pandemie heraufstufte, verordneten zahlreiche Länder Regularien, die Einschnitte in das persönliche Leben ihrer Bürger:innen zur Folge hatten. Ausgangssperren (Lockdowns) und Einschränkungen des sozialen Lebens (Abstand halten, *social distancing*) änderten so das Leben und den Alltag von Millionen von Menschen weltweit beinahe augenblicklich. Die plötzlich anhaltende Zeit zu Hause änderte nicht nur das Arbeitsleben vieler Menschen, sondern auch ihre Freizeitgestaltung. Neben

²² <https://www.gamespot.com/gallery/games-like-stardew-valley/2900-5220/>

dem Entdecken neuer Hobbies (vgl. Kabukcu 2020) und der gestiegenen Nutzung von Streamingdiensten (vgl. Benti, Stadtman 2022) wurden auch *Videospiele* vermehrt gespielt. Demnach haben Spielende in den Vereinigten Staaten von bis zu *45% mehr Spielzeit* während der Quarantänezeiten berichtet (Clement, 2021). Laut Barr und Copeland-Stewart hatte das Spielen von Videospielen einen „positiven Effekt auf Spielende während der COVID19-Pandemie“ (Barr, Copeland-Stewart 2021 S. 135)

Ein Spiel hat sich als besonders beliebt erwiesen: Der neueste Ableger der *Animal Crossing-Reihe*, *Animal Crossing: New Horizons* (im Folgenden häufig abgekürzt als *AC:NH*). Dessen Erscheinen am 20.03.2014 fiel fast *zeitgleich* auf den Beginn weltweiter Lockdown-Maßnahmen. Begünstigt durch diese zufällige Simultanität erzielte das Spiel bereits innerhalb der ersten 11 Tage nach Release 11.7 Millionen Verkäufe. Als exklusiver Titel für die *Nintendo Switch* trug es außerdem maßgeblich zum Anstieg der Verkaufszahlen der Konsole bei. Allein zwischen dem 16. und 22. März 2020 wurden mehr als 392.000 Nintendo Switch-Konsolen verkauft,²³ was letztlich zu einer Knappheit von Konsolen in der Pandemie führte.

Im Besonderen sind die positiven Effekte des Spielens von *AC:NH* während der Pandemie zu nennen: Durch seine pro-sozialen Mechaniken des Zusammenspiels (Abb.10) über weite Entfernungen wurde das Spiel laut Zhu in der Pandemie zu einem „Traumland für Spielende, um vorübergehend der grausamen Realität zu entfliehen“ (Zhu 2020 S. 158).



Abb.10 Spieler:innen, die in *Animal Crossing: New Horizons* online zusammen spielen

Zhu bezeichnet *AC:NH* dabei als „perfekte soziale Plattform, um persönliche Beziehungen mit anderen zu erweitern, egal ob Introvertierte oder Extrovertierte“ (Zhu 2020 S.158). Durch Probanden-Befragungen ergab sich ein direkter Zusammenhang zwischen einem *verringerten Gefühl der Einsamkeit* bei steigenden Besuchen der Inseln anderer Spieler:innen (Lewis,Trojovsky, Jameson 2021 S1), wobei anhaltende Gefühle von Einsamkeit als schädlich für die menschliche Gesundheit angesehen werden. (vgl. Zhu 2020 S.158). Des Weiteren befriedigt *AC:NH* durch seine Spielmechaniken verschiedene

²³ <https://escharts.com/news/animal-crossing>

psychologische Bedürfnisse im Rahmen der *Selbstbestimmungstheorie* (Yee, Sng 2022 S.10) und erfülle weiterhin die Kriterien des produktiven gemeinsamen Spielens in Bezug auf die Eltern-Kind-Beziehung (vgl. Martinez J. et al. 2022 S. 1). Durch die Möglichkeit des gemeinsamen Spielens werden die Grenzen des Zuhauses verwischt, und die eigene Insel im Spiel wird, „zu einer Erweiterung des Heims, unabhängig der physischen Begrenzungen des Raums“ (Martinez J. et al. 2022 S. 13). Neben dem gemeinsamen Spielen erwies sich der *kulturelle und mediale Raum* um das Spiel herum als Faktor sozialer Zugehörigkeit. So ließen Social Media und entstehende Online-Communities „außerhalb“ des Spiels „das volle Potenzial von Spielen um das Gefühl der Zugehörigkeit zu einer großen Gemeinschaft“ entstehen (Yee AZH, Sng JRH 2022 S. 11). Doch auch Einzelspieler:innen haben in *AC:NH* viele Möglichkeiten um eine *positive Form des Eskapismus* zu erleben. Das Spiel verläuft in *Echtzeit* und umfasst wechselnde Tages- und Nachtzyklen sowie tägliche Aufgaben, was den Tagen der Pandemie im realen Leben eine *Struktur* verlieh. Die Beschränkung der körperlichen Bewegungsfreiheit auf den eigenen Wohnraum fand im Spiel eine *Ausdehnung* in den *virtuellen Raum* durch die individuell gestaltbare Insel. Die Pflege der Nachbarschaften im Spiel, das Ausbauen und Verschönern der Insel sowie die verschiedenen Ingame-Aktivitäten in der Natur und bei wechselnden Wetterbedingungen können als Ersatz für die *eingeschränkte Mobilität* im realen Leben fungieren. Insgesamt lässt sich feststellen, dass der bemerkenswerte kommerzielle Erfolg von *AC:NH* stark von den zeitgleich eingeführten Lockdown-Maßnahmen im März 2020 profitiert hat. Dieser Erfolg ist jedoch auch auf die spezifischen Mechaniken von *AC:NH* als Cozy Game zurückzuführen, deren Fähigkeit, menschliche Bedürfnisse insbesondere in Krisenzeiten zu erfüllen, in mehreren Studien eindrucksvoll nachgewiesen wurde. Die Popularität des Titels hat Cozy Games, die bereits seit dem Aufkommen von *Stardew Valley* im Jahr 2016 an Bedeutung gewonnen haben, noch stärker in den Fokus der medialen und gesellschaftlichen Aufmerksamkeit gerückt und markiert gleichzeitig den Beginn eines weiteren Aufschwungs für Cozy Games durch Internetplattformen.

2.6 Der Aufschwung der Cozy Games ab 2020 durch Internetplattformen

Neben dem Entstehen von Onlinecommunities um das Spiel *AC:NH* löste sein kommerzieller Erfolg auch das Aufkommen vieler Social Media Accounts auf Plattformen wie *TikTok* oder *Instagram* mit einem thematischen Bezug zum Spiel aus. User:innen teilen auf Instagram vor allem Screenshots ihrer Inseln, um ihre eigenen Kreationen zur Schau zu stellen. Oft sind diese verziert mit einem *stimmungsvollen Filter*. Auch Videoplattformen wie *YouTube* verzeichneten schnell eine steigende Menge an Inhalten zum Spiel. Auf der Livestream-Plattform Twitch wurden *AC:NH*-Streams im März 2020 insgesamt 30 Millionen

Stunden geschaut. Damit war es auf Rang 8 der am meisten angeschauten Spiele auf Twitch und schlug beliebte Spiele wie *Minecraft* oder *World of Warcraft*.²⁴ Hinsichtlich seines Releases gegen *Ende des Monats* ist dies ein besonders bemerkenswerter Erfolg.

Während all dies die Verbreitung des Spiels selbst begünstigte, resultierte daraus auch ein immer weiter wachsendes Interesse auf Social Media an ähnlichen Spielen, also Cozy Games. So verzeichnete auch *Stardew Valley* einen enormen Aufschwung im Zeitraum ab 2020. Da es zu diesem Zeitpunkt vergleichsweise wenige Alternativ-Titel gab, bewirkten Erfolg und Aufmerksamkeit eine Welle an Entwicklungen ähnlicher Titel, deren Ankündigungen von User:innen auf Social Media Plattformen diskutiert wurden. Es ergab sich also eine besondere Co-Abhängigkeit zwischen Entwickler:innen von neuen Cozy Games und Social Media Inhalten mit Cozy Games Bezug. Eines dieser Spiele ist *Cozy Grove* (Abb.11), das am 19. März 2021 für den PC und später auf weiteren Plattformen erschien. Entwickler *Spry Fox* kündigte am 19. Mai 2020 erstmals öffentlich die Entwicklung des Spiels auf der Social Media Plattform Twitter an und blieb während der weiteren Entwicklung in engem Kontakt mit der Community.²⁵

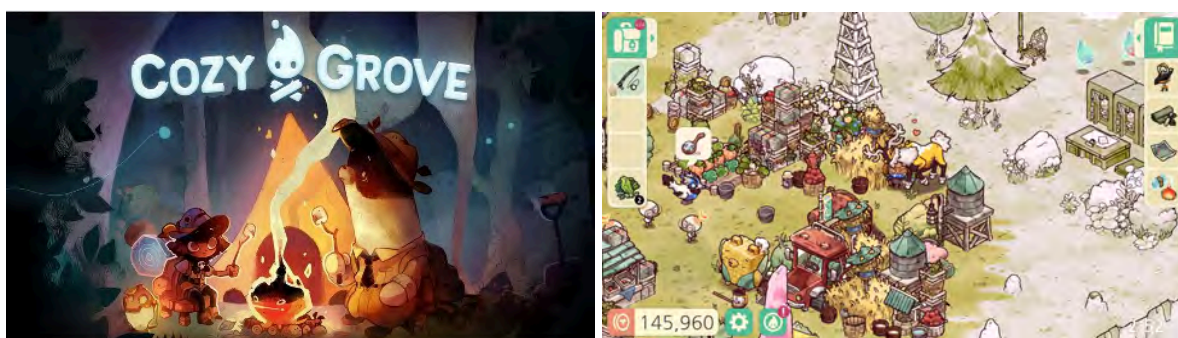


Abb.11 *Cozy Grove* (2021) Cover + Screenshot

Das Spiel wird aufgrund seiner Mechaniken und Optik vor allem mit *Animal Crossing* verglichen. Es ist zudem nicht verwunderlich, dass selbst viele neue Cozy Games, die nach 2020 veröffentlicht wurden, enge Bezüge zu den prägenden Vertretern aufweisen, da die Anzahl der Referenztitel davor recht begrenzt war. Als eigenständige Spielekategorie, befanden sich Cozy Games in ihrer Frühphase und lösten sich in ihren Merkmalen erst allmählich von anderen Titeln. Mit einer wachsenden Anzahl an Spielen ist davon auszugehen, dass dieser Trend anhalten wird und sich weitere Alleinstellungsmerkmale ausprägen werden.

²⁴ <https://escharts.com/news/twitch-march2020>

²⁵ <https://twitter.com/CozyGrove/status/1262770458874703873>

3. Einflüsse auf und von Cozy Games

Die Ausprägung und Abgrenzung des Begriffs der Cozy Games, ihre zunehmende Popularität und charakteristische Merkmale sind eng mit medialen und kulturellen Einflüssen verbunden. Diese Einflüsse, sowohl direkt als auch indirekt, haben zur *Ausformung* der Kategorie der Cozy Games beigetragen. Gleichzeitig führte ihre Positionierung zu eigenen spezifischen kulturellen Entwicklungen, die im folgenden Kapitel beleuchtet werden.

3.1 Einflüsse der Videospieldkultur

Die Entwicklung von Cozy Games muss vor dem Hintergrund ihrer Medialität betrachtet werden, insbesondere im Kontext der Geschichte von Videospiele. Das Medium der digitalen Spiele hat in den letzten 50 Jahren verschiedene Phasen durchlaufen, in denen es sich kontinuierlich als relevantes Element der Medienlandschaft etabliert hat. Laut Koubek endete die Zeit „in der Computerspiele von der Gesellschaft lediglich als Spielzeug oder Unterhaltungsangebot für Kinder wahrgenommen wurden“ spätestens 2007 (Koubek 2016 S. 33). Stattdessen werden Videospiele heutzutage als „Kulturgut“ verstanden (vgl. ebd. 2016 S. 33) und nehmen „den größten Teil innerhalb der medialen Erlebniswelten des gesamten Medienensembles ein“ (Bigl 2016 S. 28). Die Geschichte der Computerspiele ist dabei „mehr als die Summe vergangener Titel“, sondern ebenso „Technik-, Kultur- und Sozialgeschichte“ (Koubek 2016 S. 39), was eine differenzierte Betrachtung im Kontext der Cozy Games nahelegt. Bemerkenswert ist, dass Cozy Games sowohl von *älteren* als auch *jüngeren* Phasen der Videospieldentwicklung beeinflusst werden.

3.1.1 Retro/ Nostalgie

Viele aktuelle Cozy Games bedienen sich Merkmalen von *Retro Games*. Ein Beispiel stellt *Stardew Valley* dar, dessen limitierte Pixelgrafik an frühe Spiele der 1980er bis 1990er Jahre erinnert. *Retro* wird seit 1970 als Präfix in Wortschöpfungen verwendet, die heute den „Beigeschmack einer antimodernen Rückwärtsgewandtheit besitzen“ (Letourneur, Mosel, Rapach 2016 S. 13). Im Verständnis von Videospiele wird von Retro Games vor allem bezüglich der technisch sehr limitierten, Spiele in der Frühphase des Mediums gesprochen (circa 1970-2000). Es ist jedoch nicht klar definiert, ab welcher Zeitspanne von *Retro* die Sprache ist. Koubek geht „bei einer durchschnittlichen Konsolenerneuerung alle fünf bis sechs Jahre“ aus technischer Sicht davon aus, dass der Begriff „*Retro*“ Plattformen meint „die ungefähr zehn Jahre alt sind und diejenigen Spiele, die für Plattformen entwickelt wurde, die ungefähr 15 Jahr [sic] alt sind“ (Koubek 2016 S. 42). Des Weiteren sei Retro „aus

medienbiografischer Sicht [...] kein festes Attribut, das einem Medienprodukt nach Ablauf einer bestimmten Zeit automatisch zukommt, sondern vielmehr ein Gefühl, das sich mit bestimmten Produkten verbindet, denen man auf seinem eigenen Lebensweg begegnet ist“ (ebd. 2016 S. 33). Es ist also davon auszugehen, dass die Sehnsucht nach Retroelementen mit einer individuellen Mediennostalgie einher geht, die beim ersten Kontakt mit dem Medium in der eigenen Kindheit geprägt ist. Damit ist Retro eine „liebevolle Konservierung von Erinnerungen“ (ebd. 2016 S. 33) und Teil „der eigenen Identitätsbildung“ von Spieler:innen (ebd. 2016 S. 32). Dabei beobachtet Felzmann, dass „das nostalgische Potenzial eines Mediums“ umso größer ist, je schneller es sich „weiterentwickelt und je ausgeprägter damit die Differenzen zwischen den medialen Produkten einzelner Epochen sind“ (Felzmann 2010 S. 197). Zur rasanten Entwicklung des Medium bemerkt er: „Zwischen *Pong* und *Crysis* liegen lediglich knapp fünfunddreißig Jahre Computergeschichte“, die Unterschiede beider Spiele seien aber „so gravierend wie die zwischen steinzeitlicher Höhlenmalerei und der Malerei des Realismus“ (vgl. Felzmann 2010 S. 198). Einer Studie zufolge erweckt *Nostalgie* in uns *positive Gefühle*, bestärkt unsere *Erinnerungen* und unser Gefühl, *geliebt* zu werden (vgl. Wiking 2017 S. 187). Weiterhin kann Nostalgie als *Gegenmaßnahme* zu Einsamkeit, Langeweile und Angst fungieren (vgl. Tierney 2013).

Damit kann Nostalgie als hilfreiches Werkzeug bei der Entwicklung von Cozy Games gesehen werden. Teil der nostalgischen Erfahrung sind dabei oft nicht nur die Spiele selbst, sondern auch der Kontext, in dem sie gespielt wurden. So erinnert sich Fischer an die Spiele seiner Kindheit: „Jemand sagt *Streetfighter* und es geht nicht um das Spiel, es geht darum, wo man es gespielt hat, mit wem, es geht um die Erinnerungen, die plötzlich hochkommen“ (Fischer, 2016 S. 170). Dieses Gefühl lässt sich besonders gut auf Cozy Games übertragen, die für eine heimatliche, gemütliche Atmosphäre stehen (siehe [Kapitel 4.1](#)) und damit thematisch starke Ähnlichkeiten zu nostalgischen Gefühlen aufweisen.

Besonders anzumerken ist, dass aktuelle Cozy Games mit Pixeloptik (wie *Kynseed* 2022, *Little Witch in the Woods* 2022, *Fields of Mysteria*, noch nicht erschienen) sich zwar ebenfalls dieser nostalgischen Stilelemente bedienen, jedoch ihre Inspiration aus *modernen* Spielen wie *Stardew Valley* ziehen. Damit fungieren Spiele wie *SDV* als *Bindeglied* zwischen tatsächlich alten Retro-Spielen und neuen Titeln mit indirektem Retro-Bezug, die dennoch vom Eintreten des Nostalgieeffekts bei Rezipient:innen profitieren. Auf diese Art ergibt sich aus medientheoretischer Sicht ein *Hybrid* aus alten und neuen Merkmalen, dessen ästhetisches Potenzial sowohl in nostalgischen wie auch modernen Qualitäten verortet liegt. Eine besondere Stellung bezüglich des Nostalgieempfindens stellen *kontinuierliche Spielereihen* wie *Animal Crossing* dar, deren Ableger meist im zeitlichen Rhythmus der Nintendo-Konsolen erscheinen. Trotz des Fortschritts in der grafischen Leistung behalten die

Spiele stilistische Merkmale bei, die den Stil seit dem ersten Teil prägen, wodurch die Reihe *retrospektiven Bezug auf sich selbst* nimmt.

Dies führt dazu, dass Spielerinnen und Spieler, die bereits in ihrer Kindheit frühere Teile der Reihe gespielt haben, beim Spielen der neuen Ableger eine Form der *Mediennostalgie* erleben. Auf dieses Erleben lässt sich der von Paul Yan in einem Vortrag über die Neuauflage alter *Crash Bandicoot* Teile verwendete Begriff „*Newstalgia*“ übertragen (vgl. Yan 2021). Dies könnte einen der Grund darstellen, warum die Zielgruppe von aktuellen *Animal Crossing* Teilen neben Kindern auch viele ältere Spieler:innen umfasst (siehe [Kapitel 5.1.3](#)).

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass Cozy Games durch ihre stilistisch oft simplifizierte Ästhetik ein hohes Nostalgie-Potenzial besitzen, das durch die thematische Ähnlichkeit der Emotionen beim Spielen von Cozy Games zum nostalgische Erleben noch gesteigert wird. So betonen Thematiken wie Land- und Naturleben eine Rückbesinnung zu unspezifisch datierten Zeiten, in denen Technik und Globalisierung nicht im Vordergrund des menschlichen Erlebens standen. Viele der Spieler:innen verbinden diese Sehnsucht nach einem „einfacheren“ Leben mit Gefühlen ihrer eigenen Kindheit in den 1980er bis Anfang der 2000er Jahren, in denen der technische Fortschritt noch vergleichsweise langsamer war.

Das nostalgische Potenzial von Kindheit ist deswegen so hoch, da diese gesellschaftlich als „unbeschwert“ und „frei“ gilt, auch wenn nicht selten eine Glorifizierung dieser stattfindet.

Es ist festzustellen, dass Cozy Games in Bezug auf die Erzeugung einer Cozy Erfahrung von dem medialen Retro-Trend sowohl inhaltlich als auch ästhetisch profitieren, da diesem ein hohes Nostalgie-Potenzial innewohnt, welches die Cozy Erfahrung eines Spiels positiv verstärken kann. Als Pionier dieser Symbiose ist *Stardew Valley* zu sehen, dessen sowohl inhaltlicher wie auch ästhetischer Bezug auf die ersten *Harvest Moon* Spiele auch folgende Cozy Games nachhaltig geprägt hat.

3.1.2 Der Wunsch nach neuen Spielekonzepten

„Zelda has an epic story and all, but the truth is, to me it's all about hiking.“

– Shigeru Miyamoto, 1998

Als Erfinder bekannter Spielereihen wie *Super Mario*, *The Legend of Zelda* und *Donkey Kong* gilt Shigeru Miyamoto als einer der bedeutendsten Entwickler Nintendos. In diesem Zitat (Shmuplations 2022b) beschreibt er, was den Reiz der kommerziell erfolgreichen *The Legend of Zelda* Titel für ihn persönlich ausmacht. Es mag überraschen, dass ein Spiel, das mit einem Kampfsystem, Gegnern und einer Heldenreise einhergeht, gerade für die Thematik des *Wanderns* stehen soll. Tatsächlich beweist dieses Zitat jedoch, dass schon früher der Wunsch von Entwickler:innen bestand, Spiele einer anderen Art zu machen, die

von einer Cozy Erfahrung profitieren können. Neben etablierten Konventionen sahen einige Entwickler:innen die steigende Schwierigkeit von Spielen, insbesondere von RPGs (Rollenspielen) kritisch. Diese erschweren vor allem Einsteiger:innen, die nicht mit den Konventionen etablierter Genre-Titel vertraut sind, den Einstieg in Videospiele.

In einem Interview aus dem Jahr 1998 äußert sich diesbezüglich Yoichi Miyaji, einer der Studiogründer von Chunsoft und Game Arts, so:

„For all genres, the threshold of entry for new players has risen sharply. If you look at why RPGs were so popular in the past, I think it's because anyone could make progress if they just put in the time. But with recent RPGs if you don't already understand the 'rules' you won't get anywhere“ (Shmuplations 2022e).

Weiterhin spricht sich Miyaji dafür aus, dass Medien wie Spiele, Anime und Manga „sichere Orte“ für Kinder darstellen sollten, in die sie „fliehen und sich entspannen können“ (vgl. Shmuplations 2022e) Ein RPG, das sich zu dieser Zeit bewusst gegen die Konventionen seines Genres wandte und in seinen Mechaniken diese Art der Sicherheit bietet, ist *Breath of Fire III*, das 1997 für die *PlayStation* erschien und von Capcom entwickelt wurde. Es ist besonders für seine charmante Pixeloptik bekannt und gilt bis heute als eines der schönsten Pixel-Spiele. Neben seiner Optik weist *Breath of Fire III* jedoch auch Gameplay-Elemente einer Cozy Erfahrung auf. Die Reihe führte als erstes RPG das inzwischen im Genre und in vielen Cozy Games etablierte *Angeln* (Abb.12) als eine optionale Mechanik ein. Schon bald wurde dieses Feature so beliebt, dass Fans Briefe an die Entwickler:innen schreiben, sie würden sich am meisten auf das Angeln im neuen Teil freuen (vgl. Shmuplations 2022d).



Abb.12 Angeln in *Breath of Fire III* (1997)

Es lässt sich zusammenfassend schon früh in der Historie von Videospiele eine Tendenz zum Brechen etablierter Genre Merkmale erkennen, die zumindest partiell in Richtung Gameplay mit dem Ziel einer Cozy Erfahrung tendieren. Bis zur Wende der Cozy Games Entwicklung durch *Stardew Valley* und *Animal Crossing: New Horizons* konnten sich solche

Konzepte jedoch nur schwer vollends etablieren und stellten nur einen Teil des Game Designs der Titel dar. David Edery, Leiter, des Studios *Spry Fox*, das das Spiel *Cozy Grove* entwickelte, kommentiert diese Tendenz so:

„I'd argue that it has much less to do with demand (i.e. 'more and more people flocking to the genre') and much more to do with supply (and/or perhaps lack of marketing for that supply). The game industry ignored whole segments of the market for decades. [...] Put another way, the market for 'wholesome' games has been patiently waiting around for games like *Animal Crossing* and *Stardew Valley* to be made and marketed to them“ (Kerr 2021).

Die Zielgruppe existierte also bereits vor der aktuellen Cozy Games Popularität, und auch vereinzelt Entwickler:innen versuchten sich schon früh an neuen Konzepten. Es brauchte dennoch den kommerziellen Erfolg einzelner Titel, damit der Markt auf die bisher außer Acht gelassenen Bedürfnisse einer ganzen Spielerschaft und einzelner Entwickler:innen reagierte.

3.1.3 Einfluss von Casual und Hardcore Games auf Cozy Games

Während Videospiele in den 1970er Jahren noch von der Presse als Medium mit „Massenappeal“ tituliert wurden (vgl. Juul 2012), entwickelte sich das Bild der Videospiele immer mehr zu einem exklusiven, das vor allem männliche Personen anspricht (vgl. ebd. S. 27). Erst später etablierten sich die Begriffe *Casual* und *Hardcore Games* (vgl. Juul S. 26) zur Differenzierung von Spielen mit diverseren Zielgruppen. Unter Casual Games versteht man in der Regel Spiele, die darauf abzielen, eine breite Masse von Spielern anzusprechen, während Hardcore Games eine spezifischere Zielgruppe ansprechen. Des Weiteren eröffneten sich mit dem Aufkommen von Casual Games neue Spielkonzepte, die der Markt zuvor nicht oder nur wenig beachtet hat. Diese Entwicklungen der gesamten Spieleindustrie und des Marktes stellen eine elementare Basis für das Aufkommen von Cozy Games dar.

3.1.4 Indie-Entwickler vs. AAA

Laut Rami Ismail sind Spiele eine „Sprache, die lange Zeit nur von Experten gesprochen wurde“ (vgl. Ismail 2018 S. 68). Damit bezieht er sich auf die hohen finanziellen Kosten, die Videospiele-Produktionen in der Regel erforderten. Besonders in den Frühphasen der Videospielegeschichte bis in die 2000er Jahre führte dies dazu, dass es nur monetär solventen Entwicklerstudios vor allem aus Nordamerika, Westeuropa (vgl. ebd. 2018 S. 68) und Japan erlaubt war, das Marktangebot an Videospiele zu diktieren. So war es für Einzelpersonen eine Herausforderung, in den Spielmarkt einzudringen, was zu einem

weitgehend homogenen Angebot an Spielen führte. Dies änderte sich jedoch mit der Einführung der digitalen Spiele-Distributionsplattform Steam im Jahr 2004, die es unabhängigen (*Indie*-)Entwicklern erleichterte, ihre eigenen Spiele auf den Markt zu bringen. *Indiespiele* werden per Definition von unabhängigen Einzelpersonen oder Studios in der Regel in kleinem Rahmen und mit begrenzten finanziellen Ressourcen entwickelt (vgl. Patel 2023). Der Begriff „*Indie*“ steht für „independent“ (englisch für „*unabhängig*“). Im Gegensatz dazu werden *AAA-Titel* von großen Unternehmen produziert, die über umfassendere Ressourcen in Bezug auf Budget und Personal verfügen und daher Produktionen größeren Umfangs realisieren können. Die kostenlose Bereitstellung von Spieleentwicklungs-Engines wie Unreal (seit 2015) und Unity (seit 2016) trug ebenfalls zum Anstieg der Indie-Produktionen bei. Ismail führt seine „Spiele als Sprache“ Metapher insofern fort, als dass er das Aufkommen „neuer Dialekte“ dieser Sprache kommentiert, die nun viele, auch junge Menschen aus ökonomisch schwächeren Ländern, sprechen und formen können (vgl. Ismail 2016 S. 68). Das Aufkommen von Indiespielen hat also sowohl die Spieleindustrie als auch den Spielmarkt zunehmend diversifiziert. Viele Indiespiele fokussieren sich auf innovative Spielkonzepte, unkonventionelle Geschichten und einen einzigartigen visuellen Stil (*Artstyle*). Damit stellen sie zum einen eine Antithese zu den kommerziellen Produktionen großer Studios dar, deren Fokus darauf liegt durch „leistungsstärkere Engines einen fotorealistischen Bildausdruck zu generieren“ (Letourneur, Mosel, Rapauach 2016 S. 16). Zum anderen ist es kleinen Teams finanziell und personell nicht möglich diesen Trend zu verfolgen, zum anderen bietet es Indiespielen sehr starke Alleinstellungsmerkmale und einen hohen Wiedererkennungswert. Beide Attribute begünstigen das Positionieren einer eigenen Nische innerhalb des Überangebots an Spielen auf dem heutigen Markt. Zudem sind Indiespiele oft signifikant preisgünstiger als Spiele kommerzieller Studios, was eine höhere Affordanz für eine breitere Zielgruppe begründet. Hinsichtlich des Aufkommens von Cozy Games lässt sich, ähnlich zu Casual Games (siehe [Kapitel 3.1.3](#)) eine eindeutige Korrelation zum Aufkommen der Indie-Bewegung erkennen. So stehen hinter der Produktion der *Harvest Moon/Story of Seasons* sowie der Animal Crossing Reihe zwar kommerziell erfolgreiche Entwicklerstudios. Diese Exklusivität der Kategorie Cozy Games wurde mit dem Release von *Stardew Valley 2016* durch Eric Barone als Solo-Entwickler jedoch gebrochen. Betrachtet man die Releases neuer Cozy Games wird deutlich, dass ein Großteil dieser Titel ebenfalls von Indie-Entwickler:innen stammen. Demnach ist zu beobachten, dass die steigende Zahl an Cozy Games maßgeblich von der Öffnung des Spielekanons für Indiegames bedingt wurde. Mit Blick auf die steigende Popularität von Cozy Games bleibt abzuwarten, ob diese Tendenz anhalten wird oder ob größere Studios auf das entstandene Marktpotenzial reagieren werden. Eine leichte Gegentendenz zeigt sich bereits mit Cozy-Spielen wie *Fae*

Farm (Abb.13), das 2023 veröffentlicht wurde. Das kanadische Studio Phoenix Labs, das hinter diesem Titel steht, beschäftigt etwa 350 Mitarbeiter und ist damit vergleichsweise groß. Mit *Bandle Forge* (Abb.14) hat der Publisher *Riot Forge* 2004 zudem ein Cozy Game im kommerziell äußerst erfolgreichen League of Legends Universum veröffentlicht.²⁶



Abb.13 *Fae Farm* (2023) Cover + Screenshot

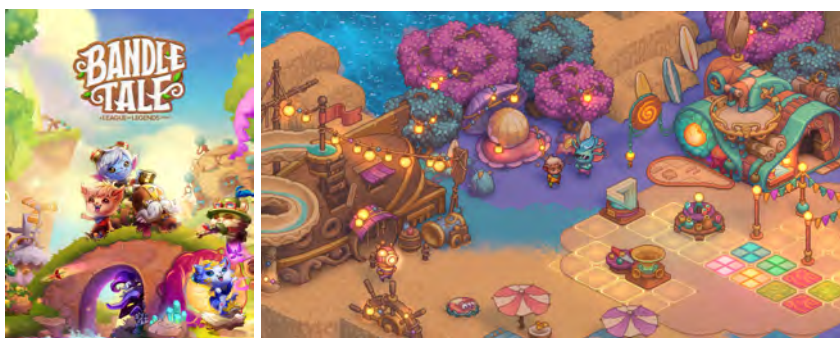


Abb.14 *Bandle Tale* (2024) Cover + Screenshot

3.1.5 User Generated Content

User Generated Content (*UGC*) bezeichnet digitale Inhalte, die von Nutzer:innen für ein Spiel erstellt werden. Damit grenzen sich diese von offiziellen, durch Entwickler:innen bereitgestellte, Inhalte ab. Dabei wird unterschieden, ob Spieler:innen mit Hilfe von diegetisch bereitgestellten Tools innerhalb eines Spiels native Inhalte erstellen, oder Modifikationen (oft als *Mods* abgekürzt) außerhalb des Spiels vornehmen.

Schwingeler bezeichnet User:innen, die Mods anfertigen "zugleich als Konsumenten eines Medienproduktes und Produzenten neuer Inhalte! (Schwingeler 2014, S. 54), wobei diese Aussage auch auf nativ erstellte UGC zutrifft. Beispiele für native Inhalte im Rahmen des Spiels sind beispielsweise das *Design-Tool* in *Animal Crossing* Titeln, das es Nutzenden anhand eines integrierten Pixel Art Editors ermöglicht, individuelle Designs und Muster für Kleidung (Abb.15), Möbel oder andere *customizable* Ingame-Elemente anzufertigen. Das

²⁶

<https://www.forbes.com/sites/mikestubbs/2023/09/14/riot-forge-announces-bandle-tale-a-league-of-legends-story/>

Erschaffen von UGC geschieht hier als Gameplay-Element selbst, ist also Teil des Spiels. Eigene Kreationen können im Folgenden nicht nur selbst genutzt, sondern mit anderen Spieler:innen im Spiel geteilt und von diesen verwendet werden.

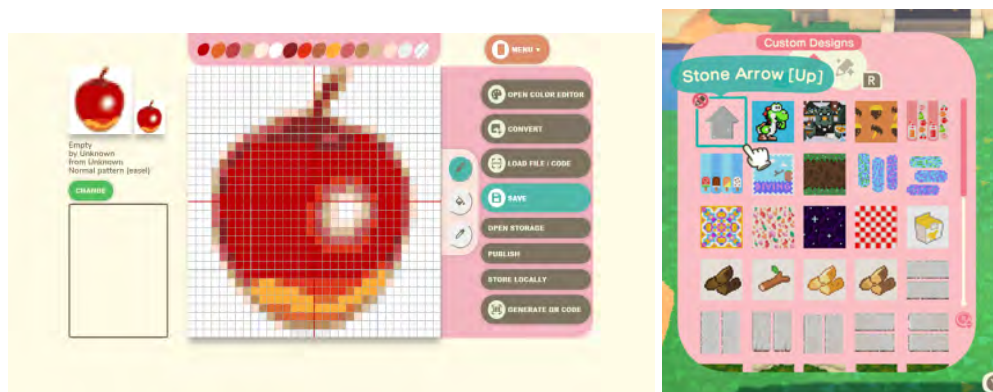


Abb.15 Das native Design Tool in *Animal Crossing: New Horizons*

Die Auswirkungen auf die Spielwelt bleiben hier jedoch rein kosmetischer Natur. Auch ist ihre Nutzung optional. Selbstausdruck und Kreativität sind für viele Spieler:innen jedoch grundlegende Motivationen für das Spielen von Cozy Games (siehe [Kapitel 5.1.2](#) und [5.2.7](#)). Eine weitere Kategorie für UGC sind neben nativen Inhalten *externe Spiele-Modifikationen*. Auch diese können entweder rein dekorativer Natur sein, also allein das Aussehen des Spiels ändern, aber auch tiefgreifende transformative Änderungen am Gameplay des Spiels bewirken.

Die Vorteile von Mods für einen bestehenden Titel sind dabei vielfältig. Zum einen bieten sie, je nach Grad der Modifikation, Abwechslung, wovon sowohl Spiele mit repetitiven Mechaniken oder Titel mit geringerem Umfang profitieren können. Dies steigert sowohl die Langlebigkeit als auch den Wiederspielwert eines Titels. Dennoch gibt es Firmen wie Nintendo, die Modifizierungen an Spielen aktiv unterbinden wollen.²⁷ Während Nintendos *AC:NH* durchaus eine kleine, aber aktive Moddingcommunity besitzt, so wird ihnen der Prozess erschwert und ist rechtlich riskant. Nutzer:innen von Mods riskieren beispielsweise die Sperrung ihres Accounts oder gar der gesamten Konsole. Der amerikanische Anwalt Tre Lovell begründet Nintendos ablehnende Haltung gegenüber Mods mit dem Schutz ihrer Markenreputation, die durch modifizierte Software geschädigt werden könne (vgl. Campbell 2022). Nintendos Position stößt dabei auf *erhebliche Kritik* innerhalb der Community. Denn *AC:NH* wird, trotz erheblichen Erfolgs, laut vieler Meinungen als inzwischen „totes Spiel“ bezeichnet,²⁸ dessen Weiterentwicklung seitens Nintendo zu früh aufgegeben wurde.

²⁷ https://www.nintendo.com/sg/support/switch/eula/usage_policy.html

²⁸ https://www.reddit.com/r/AnimalCrossing/comments/xij3yw/is_acnh_actually_dead_as_they_say/

Letztendlich bieten Mods für Cozy Games ein äußerst hohes Potenzial, die Cozy Erfahrung zu stärken, indem sie das Spielerlebnis individualisierbar und an die unterschiedlichen Bedürfnisse der Spieler:innen anpassbar machen. Dies kann positive Effekte auf die affektive Bindung der Spieler:innen zu einem Titel haben. Darüber hinaus erweitern Mods durch ihre Variabilität potenziell sowohl die Zielgruppe als auch die Community rund um einen Titel. Eine Unterbindung von Mods könnte daher ein erhebliches Versäumnis für die Cozy Erfahrung darstellen.

3.1.6 Mobile Plattformen

Eine weitere parallele Entwicklung mit Einfluss auf Cozy Games stellt die Evolution der Spieleplattformen dar. Bigl unterscheidet diese technisch in „Spielekonsolen, mobile Endgeräte sowie PC-Spiele“ (vgl. Bigl 2016 S. 76). Über lange Zeit war sowohl die Software- als auch die Hardwareentwicklung insbesondere von dem ständigen Streben nach einer höheren, fotorealistischen Grafikleistung geprägt.

Es gab nur vereinzelt innovative Versuche, Wege abseits dieses Anspruchs zu beschreiten, wie beispielsweise Nintendos Ansatz, das Spielerlebnis mithilfe von Bewegungssteuerung der *Nintendo Wii* auf die kinetische Ebene zu erweitern. Eine wichtige Paralleltendenz stellt laut Bigl jedoch die „*Miniaturisierung*“ der Konsolen dar (Bigl 2016 S. 75). Gerade in der Frühphase der Entwicklung von Heimcomputern und Konsolen stand die Verkleinerung parallel zur steigenden Leistung als Zeichen für den technischen Fortschritt. Diese Miniaturisierung der Plattformen gipfelte laut Bigl in der Entwicklung des *Nintendo Gameboy* im Jahre 1988, durch dessen Portabilität Spiele „mobil und damit auch öffentlich sichtbar“ wurden (vgl. Bigl 2016 S. 75). Auf Platz zwei und drei befinden sich mit dem *Nintendo DS* (2005) eine weitere *Handheld-* sowie mit der *Nintendo Switch* (2017) eine *Handheld-Hybridkonsole*. Daran lässt sich die enorme Bedeutung von mobilen Konsolen für den Markt erkennen. Dieser wird unterstützt durch den *Mobilemarkt*, der das Spielen auf Smartphones oder Tablets meint und 2021 45 Prozent des gesamten Branchenumsatz ausmacht²⁹. Dabei ist zu beobachten, dass mit über *einem Drittel* den größten Anteil der Spielenden von Mobile Games Personen ab 45, insbesondere weibliche, ausmachen. Der Erfolg bei dieser Zielgruppe widerlegt das überholte Klischee, dass Videospiele vor allem für junge männliche Personen relevant sind. Zum gegenwärtigen Zeitpunkt fehlen aussagekräftigen Studien hinsichtlich des spezifischen plattformbezogenen Nutzungsverhaltens von Cozy Games Spieler:innen.

Für eine erste Einordnung lassen sich jedoch Meinungen von Spielenden in Online-Communities heranziehen. Betrachtet man die *Animal Crossing* Reihe, wird anhand

²⁹ <https://de.statista.com/infografik/25250/umsatzverteilung-des-globalen-games-markts-nach-segmenten/>

von Verkaufsstatistiken deutlich, dass die Spiele auf mobilen Geräten kommerziell deutlich erfolgreicher waren als die Spiele auf den stationären Konsolen (Abb.16)

Spiel	Metacritic	Verkaufte Einheiten
<i>Animal Crossing</i>	87/100 ^[5]	2,71 Mio.
<i>Animal Crossing: Wild World</i>	86/100 ^[6]	11,75 Mio. ^[7]
<i>Animal Crossing: Let's Go to the City</i>	73/100 ^[8]	3,38 Mio. ^[9]
<i>Animal Crossing: New Leaf</i>	88/100 ^[10]	13,04 Mio. ^[11]
<i>Animal Crossing: Happy Home Designer</i>	66/100 ^[12]	3,04 Mio. ^[13]
<i>Animal Crossing: Amiibo Festival</i>	46/100 ^[14]	0,09 Mio. ^[15]
<i>Animal Crossing: Pocket Camp</i>	72/100 ^[16]	–
<i>Animal Crossing: New Horizons</i>	90/100 ^[17]	42,79 Mio. ^[18]

Abb.16 Verkaufszahlen der *Animal Crossing* Titel

Dies lässt darauf schließen, dass Cozy Games präferiert auf einer portablen Konsole gespielt werden. In einer Umfrage in einem Online-Diskussionsforum aus 2021, welche Plattformen User:innen des Cozy Games *Cozy Grove* für das Spiel präferieren, wurde vor allem die *Nintendo Switch* genannt. (Abb.17)



Abb.17 Online-Umfrage, welche Plattform Spieler:innen von *Cozy Grove* präferieren

Diese ist nicht nur günstiger im Vergleich zu Konkurrenzkonsolen ihrer Generation, sondern bietet als *Hybridkonsole* den Vorteil, die Spielsituation flexibel wählen zu können. Neben dem mobilen Handheldmodus ist sie auch stationär an einem (TV-)Bildschirm nutzbar. Zudem ermöglicht der Standby-Modus der Konsole, das Spiel jederzeit zu unterbrechen und zu einem späteren Zeitpunkt wieder aufzunehmen, ohne den Fortschritt speichern zu müssen. Diese *Anpassungsfähigkeit an individuelle Bedürfnisse* und die gegebene Spielsituation steigert die Cozy Erfahrung.

Als besonders geeignet für eine weiterführende Betrachtung ist das Spiel *Stardew Valley*, da es im Gegensatz zu konsolenexklusiven Titeln wie Spiele der *Animal Crossing* Reihe auf *allen gängigen Plattformen* erschienen ist und somit eine umfassende Vergleichbarkeit ermöglicht. Auf die Frage in einem Forum nach der idealen Plattform für *Stardew Valley* entscheidet sich die Mehrheit der User:innen ebenfalls für die *Nintendo Switch*. Hauptgrund stellt auch hier ihre optionale Portabilität dar. Nutzer:innen, die den PC als präferierte Plattform wählen, taten dies zumeist aufgrund der Möglichkeit, *Mods* (User generierte Modifikationen, siehe [Kapitel 3.1.5](#)) für das Spiel installieren und nutzen zu können. Diese Funktion ist auf den Konsolenversionen des Spiels nicht möglich.

totallyjacked_:

„I've played on Switch and PC, and my favorite out of the two has to be Switch. While the PC may give you the ability to use mods, I think that using the Switch gives you the ability to play on the go and in more comfortable positions.“³⁰

Diese Tendenzen werden jedoch mit dem Erscheinen von Valve's *Steam Deck* gebrochen, das die Leistung und Möglichkeiten eines PCs mit der Mobilität ähnlich der *Nintendo Switch* verbindet. Das *Steam Deck* erfährt daher trotz einer höheren Preiskategorie im Vergleich zur *Nintendo Switch* enormen Zuspruch in der Cozy Games Community. In Online-Diskussionen nach der Veröffentlichung des *Steam Decks* äußerten immer mehr Nutzer:innen ihre Präferenz für diese Plattform gegenüber der bisher favorisierten *Nintendo Switch*. Auf die Frage, welche Plattform sich am besten für Cozy Games eigne, antworteten Nutzer:innen 2023 Folgendes:

CozyCuteChaotic:

„If I had to start all over again I'd pick the steam deck hands down!! It's more ergonomic and more powerful than the switch. Steam has a huge library and they have great sales.“³¹

Ein/e gelöschte/r User:in schrieb:

„To me stardew valley is the perfect game to play on switch (like me) or steam deck. So any portable console. I think it's really perfect and cozy, take it everywhere you want, sit down in front of the fireplace during Xmas vacations with some hot chocolate and your dog next to you...(am I dreaming about going back to my country for Xmas holidays lol)“³²

³⁰ https://www.reddit.com/r/StardewValley/comments/rwqu14/which_platform_do_you_think_is_best/

³¹

https://www.reddit.com/r/CozyGamers/comments/12bl8z2/comment/jeyhxlw/?utm_source=share&utm_medium=web3x&utm_name=web3xcss&utm_term=1&utm_content=share_button

³²

[reddit.com/r/StardewValley/comments/ysnkv2/comment/iw007g2/?utm_source=share&utm_medium=web3x&utm_name=web3xcss&utm_term=1&utm_content=share_button](https://www.reddit.com/r/StardewValley/comments/ysnkv2/comment/iw007g2/?utm_source=share&utm_medium=web3x&utm_name=web3xcss&utm_term=1&utm_content=share_button)

Das *Steam Deck* erfreut sich innerhalb der Cozy Games Community also deswegen einer solchen Beliebtheit, da es die Möglichkeiten des portablen Spielens, ähnlich der *Switch* im Handheld-Modus mit der optionalen Nutzung von Mods verbindet.

Bemerkenswert ist dabei jedoch, dass die Portabilität der *Switch* und des *Steam Decks* keineswegs für das naheliegende *mobile Spielen unterwegs* verwendet wird. Stattdessen findet eine *gegensätzliche Nutzung* hin zu einer *stationären Verortung* statt. Diese ist im Gegensatz zu der stationären Verortung von Heimkonsolen nicht durch ein technisches Setup von Konsole und Fernseher limitiert, sondern in ihrer *Spielsituation höchst flexibel*. So wählen Cozy Gamerinnen als Ort des Spielens bevorzugt ihr Bett, das Sofa oder andere gemütliche Orte in ihrem eigenen Heim. (Abb.18) User:innen schreiben diesbezüglich auf die Frage nach der präferierten Plattform für *Stardew Valley*:

Misskat354:

„I was playing on switch, and then I switched to steam deck. Steam deck modded is the best of both worlds. I can play cozy in my bed with mods.“³³

USPS_Titanic:

„I originally played it on the computer, then on the switch, and in the past month I commandeered my partners steam deck to play it on there. I prefer handhelds because I can play it in bed comfortably, or bring it to the couch.“³⁴



Abb.18 Cozy Spielsituation mit der *Nintendo Switch*

Die portablen Optionen der *Switch* und des *Steam Decks* werden also dafür genutzt, ein gemütliches, entspanntes Setting zugunsten einer Cozy Erfahrung zu erschaffen, die das Spielerlebnis selbst um die Sinneserfahrung durch eine individuell gewählte Spielsituation erweitert. Das Spielen von cozy Games erfährt dadurch einen Transfer in die emotionale und multisensorische Alltagserfahrung der Spielenden. Einige von ihnen priorisierten diese Cozy

³³

[reddit.com/r/StardewValley/comments/1745v6o/comment/k47wcwb/?utm_source=share&utm_medium=web3x&utm_name=web3xcss&utm_term=1&utm_content=share_button](https://www.reddit.com/r/StardewValley/comments/1745v6o/comment/k47wcwb/?utm_source=share&utm_medium=web3x&utm_name=web3xcss&utm_term=1&utm_content=share_button)

³⁴

https://www.reddit.com/r/StardewValley/comments/1745v6o/comment/k483dp7/?utm_source=share&utm_medium=web3x&utm_name=web3xcss&utm_term=1&utm_content=share_button

Erfahrung der Nintendo Switch dabei sogar höher als das Verwenden von Mods, obwohl sie diese Option generell dem Spielen der Original-Version vorziehen.

poetrynati

„I have the game in both but the comfort of flopping in bed and playing on my Switch can't be beat. I'm down to miss out on mods for that.“³⁵

Die Bedeutung der Spielsituation für eine optimale Cozy Erfahrung belegt dieses Zitat eines/einer User:inn auf die Frage nach der präferierten Plattform für Stardew Valley:

FUEGO40:

„Switch, I am genuinely surprised at the sheer amount of people here who play in the Switch, but it makes sense considering the type of game Stardew is“³⁶

Mit „type of game“ meint FUEGO40 Cozy Games, ohne sie explizit zu benennen. Bemerkenswert an diesem Zitat ist, dass der/die User:inn eine Selbstverständlichkeit des Spielens von Cozy Games auf der *Switch* impliziert. Denn faktisch ist das Spiel plattformunabhängig gleich. Stattdessen ergibt sich die *Switch* als einzig wahre Plattform für den/die User:in als Konsequenz des Strebens nach der *Cozy Erfahrung*.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die Entwicklung von Cozy Games stark von der Miniaturisierung der Plattformen als Tendenz der Konsolengeschichte abhängt.

So bevorzugen es Spieler:innen von Cozy Games den Ort des Spielens frei bestimmen zu können, wobei aus dem Potenzial der Mobilität dieser Plattformen eine gegensätzliche Tendenz hin zu einer stationären Verortung zu erkennen ist. Der Anspruch umfasst dabei eine Spielsituation im Sinne einer optimalen Cozy Erfahrung, an zumeist gemütlichen Orten zu Hause und ist damit *höchst individuell*. Dadurch wird das Spielen von Cozy Games zu einer vielschichtigen Erfahrung, die nicht allein anhand des Spielens des gleichen Titels auf einer nicht-mobilen Plattform replizierbar wäre. Während die *Nintendo Switch* diese Cozy Erfahrung unter allen Konsolen lange Zeit exklusiv erzeugen konnte und damit als beliebteste Konsole für Cozy Games betrachtet werden konnte, begann das Aufkommen von Handheldcomputern wie dem *Steam Deck*, die zusätzlich die Nutzung von Mods ermöglichen, innerhalb kurzer Zeit diese Monopolstellung zu durchdringen. Es bleibt von hier an abzuwarten, wie sich die Weiterentwicklung des (mobilen) Plattform-Marktes auf die Entstehung neuer Cozy Games auswirken wird.

³⁵

https://www.reddit.com/r/StardewValley/comments/1745v6o/comment/k47revs/?utm_source=share&utm_medium=web3x&utm_name=web3xcss&utm_term=1&utm_content=share_button

³⁶

https://www.reddit.com/r/StardewValley/comments/1745v6o/comment/k485ng9/?utm_source=share&utm_medium=web3x&utm_name=web3xcss&utm_term=1&utm_content=share_button

3.2 Der Einfluss japanischer Medien und Kawaii

Neben Einflüssen durch Entwicklungen innerhalb der Spieleindustrie wurde die Entstehung von Cozy Games außerdem von anderen Medien und deren Charakteristika beeinflusst. Optisch sind viele aktuelle Cozy Games vor allem durch ihre stilisierte Grafik und harmonischen Farbwelten an die visuellen Konventionen westlicher Cartoons und Kinderbüchern angelehnt (siehe [Kapitel 6.1.1](#)) Auch Märchen und Fabeln sowie kulturelles und historische Erbe verschiedener Kulturen werden in Cozy Games referenziert (siehe [Kapitel 4.1](#)) Weitere transmediale Einflüsse erfolgten jedoch vor allem durch den *japanischen Medienkannon*, der im folgenden Abschnitt näher erläutert wird.

Die Entstehung und der Einfluss von *kawaii*

Kawaii (可愛い oder かわいい) ist das japanische Wort für *süß*, *kindlich* oder *liebenswert*. Mittlerweile steht *kawaii* jedoch neben seiner linguistischen Bedeutung auch für ein *ästhetisches Konzept*, das sich zunächst in der japanischen Kultur und letztlich weltweit ausgebreitet hat. Laut Dean kann es dafür verwendet werden all dies zu beschreiben, das süß ist: „People, babies, animals, clothing, decorations, stationary – you name it“ (Dean 2019). In westlichen Ländern beschränkt sich *kawaii* häufig auf ausgewählte Produkte und den Medienkonsum japanischer Zeichentrickserien (*Anime*) und japanischer Comics (*Manga*). In Japan prägt *kawaii* die Kultur und den Alltag hingegen grundlegend. Seinen Ursprung findet die *kawaii* Bewegung laut Dean in der japanischen Schreibutensiliendindustrie. (vgl. Dean 2019). Denn als in den 1970er Jahren Druckbleistifte populär in japanischen Schulen wurden, begannen viele junge Schülerinnen ihre *Hiragana*-Zeichen³⁷ in einem runderen, femininen Stil zu schreiben und *kleine Symbole* wie Herzen, Sterne, Smiley Gesichter und andere Kritzeleien anzufügen (vgl. Dean 2019). (Abb.19) Diese Schreibweise wurde im Verlauf wachsender Popularität auch auf Verpackungen und in der Werbung aufgegriffen (vgl. Dean 2019). Vor allem der japanische Schreibutensilien-Hersteller Sanrio schloss sich dem Trend früh an und veröffentlichte 1974 mit *Hello Kitty* (Abb.20) eines der inzwischen bekanntesten *kawaii* Maskottchen weltweit.³⁸ Heute prägen die Gestaltungskonventionen von *kawaii* auch viele Cozy Games (siehe [Kapitel 6.1.1](#) und [6.5](#)).

³⁷ Hiragana ist eines der drei Schriftsysteme der japanischen Sprache

³⁸ <https://tokyotreat.com/blog/sanrio-hello-kitty-the-most-famous-mascot>



Abb.19 Links: Hiragana, rechts *kawaii* Hiragana



Abb.20 Hello Kitty und ihre Freund:innen, *kawaii* Maskottchen der Firma Sangrio

Anime und Ghibli

Die Anime-Filme des japanischen Animationsstudios Ghibli, insbesondere die des Regisseurs Hayao Miyazaki, haben einen maßgeblichen Einfluss auf Cozy Games.

Ihre Wirkkraft bezieht sich jedoch nicht auf *kawaii*, sondern vor allem anhand ihrer besonderen Motive, Themen und Erzählstruktur sowie ihres ikonischen visuellen Stils.

Dies lässt sich einerseits daran erkennen, dass einige Cozy Games den visuellen Stil des Studios direkt referenziell aufgreifen, wie das Indiespiel *Baldo: The Guardian Owls* (Naps Team, 2021). Aber auch daran, dass viele Cozy Spieler:innen auf Social Media Studio Ghibli Filme neben Cozy Games thematisieren.³⁹ Neben visueller Ähnlichkeit in ausgewählten Fällen, ist es jedoch vor allem die *inhaltliche Komponente*, die viele Cozy Games und Filme von Studio Ghibli eint. Im Besonderen die Darstellung alltäglicher Themen, Nostalgie, Kindheit, Natur und zwischenmenschliche Beziehungen (siehe [Kapitel 4](#), Cozy Games Motive).

³⁹ Beispiel: <https://www.instagram.com/reel/C6MFyqsRfT3/>



Abb.21 Verwendung des Alltagsmotivs in *Studio Ghibli* Filmen

„Hayao Miyazaki's movies celebrate the natural world, but in a way that's subtle, organic, and profound“ beschreibt Johnny Thomson die Filme des Regisseurs Hayao Miyazaki (Thomson 2021). Er fährt fort: „Watching Miyazaki's films feels like returning home.“ Damit weisen die Filme ebenfalls eine direkte Ähnlichkeit zum Home-Prinzip vieler Cozy Games auf, das eine Cozy Erfahrung durch das Gefühl von Sicherheit und Gemütlichkeit in einem Zuhause umfasst (siehe [Kapitel 4.3](#)). Ein weiteres Merkmal der Miyazaki Filme sind ihre Erzähl-Geschwindigkeit, die von Momenten der *Ruhe* durchzogen werden. Roger Ebert, einer der bedeutendsten Filmkritiker der USA, bezeichnet diese in einem Interview mit Miyazaki als „gratuitous motion“ (Ebert 2002) und fährt fort: „Instead of every movement being dictated by the story, sometimes people will just sit for a moment, or they will sigh, or look in a running stream, or do something extra, not to advance the story but only to give the sense of time and place and who they are“ (Ebert 2002). Atmosphäre und Momentaufnahmen stehen im Vordergrund. Regentropfen, die auf Steine prasseln, Wind, der über Felder weht und sich im Wind wiegende Blumen sind Beispiele für diese Momente. (Abb.22) Hayao Miyazaki selbst beschreibt sie als *Ma*, das japanische Wort für *Leere*: „It's called ma. Emptiness. It's there intentionally“ (ebd. 2002). Diese besonderen Momente der Ruhe sind ebenfalls ein Merkmal vieler Cozy Games im Gegensatz zu anderen Spielen (siehe [Kapitel 5.2.3](#)). Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die Besonderheit der Filme des Studios Ghibli, insbesondere die des Regisseurs Hayao Miyazaki, eine bedeutende Rolle für die Entwicklung von Cozy Games darstellen.



Abb.22 Momente der Ruhe in *Studio Ghibli* Filmen

3.3. Konzepte der Gemütlichkeit: Hygge

Elementarer Bestandteil der Kategorie Cozy Games ist das definierende Attribut *cozy*, englisch für *gemütlich*. Mit diesem Konzept gehen gewisse Erwartungshaltungen an die Spiele einher, die in dieser Arbeit besprochen werden. Um sie jedoch konkret einordnen zu können, ist es hilfreich, *gesellschaftliche Konzepte der Gemütlichkeit* zu betrachten, die in einigen Ländern besonders prägnant ausgeprägt sind.

Diese Prinzipien spiegeln sich simultan in den Merkmalen von Cozy Games wider. Die Frage, was Cozy Games *gemütlich* macht, beziehungsweise wie eine Cozy Erfahrung begünstigt wird, lässt sich also mit der Ergründung der Gemütlichkeit selbst beantworten. Dänemark, ein Land, in dem Gemütlichkeit als tief verankertes gesellschaftliches Konzept gilt, erreicht regelmäßig Spitzenpositionen in den jährlichen Ranglisten der glücklichsten Länder weltweit.⁴⁰ Eine Korrelation zwischen Ländern mit Strukturen der Gemütlichkeit und des generellen Wohlbefindens seiner Einwohner:innen ist daher statistisch belegbar. Das dänische Konzept für Gemütlichkeit wird *Hygge* (oder *hyggelig* als Adjektiv) genannt und erlebte in den letzten Jahren auch über die Landesgrenzen hinaus große internationale Beliebtheit. Eine Definition kann von Person zu Person unterschiedlich ausfallen. Im Allgemeinen meint Hygge jedoch das gemütliche und gesellige Zusammenkommen vor allem zu Hause oder an gemütlichen Orten. Diese besondere Atmosphäre wird laut Meik Wiking, Leiter des Kopenhagener Institut für Glücksforschung, durch bestimmte Merkmale verstärkt, die in folgenden Kapiteln in Bezug auf Cozy Games weiter thematisiert werden.

⁴⁰

<https://www.statista.com/statistics/1225047/ranking-of-happiest-countries-worldwide-by-score/#:~:text=Ranking%20of%20happiest%20countries%20worldwide%202023%2C%20by%20score&text=Finland%20was%20ranked%20the%20happiest,second%20and%20third%20place%2C%20respectively.>

3.4. „Aesthetics“ auf Instagram - Cottage Core, Dark Academia und co.

In sozialen Netzwerken wie Instagram oder TikTok hat sich eine vielseitige „Aesthetic-Kultur“ entwickelt. Bereiche der persönlichen Ästhetik, wie Dekor und Einrichtung sowie Mode unterliegen heute einem ausgeprägten Einfluss durch Social Media User:innen mit großer Reichweite (genannt *Influencer:innen*), die verschiedene Stile präsentieren, aber auch einzelne Produkte bewerben. Ein Merkmal dieser Entwicklung ist die stringente Benennung verschiedener Stilrichtungen. Im Englischen hat sich vor allem die Wortendung *-core* als ein solches Merkmal etabliert. An ein *beliebiges Wort* angefügt, ergibt sich daraus simultan eine *quasi-neugeschöpfte Stilrichtung*. Diese *Core-Stilrichtungen* haben direkten Einfluss auf die Entwicklung von Cozy Games, da sich ihre Motive und Charakteristika in vielen Titeln wiederfinden. Als eine der bedeutendsten Stilrichtungen mit Einfluss auf Cozy Games ist *Cottagecore* (Abb.23) zu nennen. Selous beschreibt diese so: „Cottagecore is inspired by romanticised rural and farm lifestyles, and the idea of the simple life, harmoniously existing in tandem with nature“ (Selous 2021). Hier fallen Ähnlichkeiten in den Motiven dieser Stilrichtung und vieler Cozy Games auf (siehe [Kapitel 4.1](#))

Die Romantisierung des ländlichen, einfachen (Farm-)Lebens mit einem Fokus auf Natur und Entschleunigung begründet das Ambiente vieler erfolgreicher Cozy Games wie *Animal Crossing*, *Harvest Moon* und *Stardew Valley*.



Abb.23 Stilrichtung *Cottagecore* im echten Leben und in *Animal Crossing: New Horizons*

Weitere bekannte Core-Stilrichtungen sind beispielsweise *Dark* und *Light Academia*. Dabei handelt es sich um ein glorifiziertes ästhetisches Bild von akademischer konservativer Mode und Tätigkeiten, durch Motive wie wie Brillen, Schuluniformen, gedeckten Farben, das Schreiben per Hand mit Tinte oder Schreibmaschinen, alte Bücher, Plattenspieler, das Leben betrachtet durch eine nostalgisch gefärbte Sicht. Die Adjektive *dark* und *light* (dunkel und hell) spezifizieren dabei, ob man sich beim Ausleben dieses Stils eher einer hellen, freundlichen Farbpalette oder dunkleren Farben bedient. Weitere Beispiele sind *Fairycore*, *Witchcore*, *Grungecore* oder auch *Princess/Royalcore*. Auch diese Thematiken sind in vielen Cozy Games wiederzufinden. Wenn nicht explizit von Entwickler:innen aufgegriffen, dann durch *Mods* und *Customization* von Nutzer:innen (Abb.24)



Abb.24 Stilrichtung *Dark Academia* im echten Leben und in *Animal Crossing: New Horizons*

Während die Entwicklung hin zu immer mehr Individualität durch neue Strömungen scheinbar zu einem immer breiteren Spektrum von Möglichkeiten zum Selbstaussdruck führen kann, gibt es auch Kritik. Die Lebenszyklen einzelner Trends, ausgelöst durch Social Media, sind im Vergleich zu früher viel schnellerlebiger. Wo früher einzelne Trends noch Saisons oder Jahre überspannten, ist vor allem in der Mode heutzutage die Rede von *Microtrends* (vgl. Mikhaylants 2023) deren Lebensspanne nur von wenigen Wochen bis Monaten andauern. Dies führt in der realen Welt zu einem *Überkonsum* von oftmals unter schlechten Bedingungen produzierten Gütern, sowie dem Gefühl, vor allem bei jungen Menschen, nie im Trend zu liegen. Cozy Games bieten Spieler:innen die Möglichkeit, ihre ästhetischen Bestrebungen auszuleben, ohne sich im echten Leben schnelllebigen Trends beugen und reale Ressourcen aufbringen zu müssen. Hinsichtlich der Entwicklung und den ästhetischen Merkmalen von Cozy Games ist eine weitere Korrelation zu den immer expliziter werdenden ästhetischen Strömungen im gesellschaftlichen Bewusstsein zu erkennen: ihr geteiltes Eskapismuspotenzial. Selous beschreibt die Charakteristika von Cottagecore diesbezüglich so: „Cottagecore is inherently escapism: [...] Picture white flowy dresses, fields of flowers, gardening, baking, sitting in nature reading poetry and making crafts“ (Selous 2021).

Zusammenfassend ist festzustellen, dass das verstärkte Aufkommen und Bewerben spezifischer ästhetischer Stilrichtungen auf Social Media die Entwicklung von Cozy Games beeinflusst und geprägt hat. Das kulturelle Bewusstsein für ästhetische Ansprüche und das Ausleben individueller Lebens- und Stilkonzepte fördert die Identifizierung mit Cozy Games. Viele Cozy Games teilen thematische und stilistische Gemeinsamkeiten mit diesen Stilrichtungen und machen ihr Ausleben im virtuellen Raum monetär erschwinglicher, zugänglicher und inklusiver. Cozy Games profitieren durch das Aufgreifen dieser Themen vom Wunsch der Menschen, sich gewissen Subkulturen zugehörig zu fühlen und Formen der Selbstidentifikation zu erleben. Dabei haben sowohl Cozy Games als auch verschiedene Aesthetic-Strömungen wie Cottagecore ein hohes Eskapismus-Potenzial. Dadurch besitzen sie in Kombination mit Möglichkeiten des Auslebens ästhetischer Stile ein erhöhtes Potenzial für eine Cozy Erfahrung.

3.5 Der Einfluss von Cozy Games

3.5.1 Die Entstehung einer Cozy Culture auf Social Media

Die zuvor erwähnte Kraft von Social Media Influencer:innen, Cozy Games zu beeinflussen, führt nicht nur zu einem Transfer stilistischer Mode- und Lifestyletrends der realen Welt in Cozy Game Welten und deren Ästhetik. Stattdessen entstehen auch neue Kulturen *außerhalb* von Cozy Games auf dedizierten Social Media Accounts. Die vorliegende Arbeit schlägt diesbezüglich den Begriff der *Cozy Culture* vor. Die Cozy Culture nahm ihren Anfang auf sozialen Onlineplattformen, auf denen Nutzer:innen Cozy Games präsentierten. Dies kann als meinungsbildende Serviceleistung für ihre Follower:innen betrachtet werden und ähnelt den Inhalten des klassischen Spielejournalismus. Allerdings erfolgte die Präsentation stets mit einer stark subjektiven Perspektive, wobei das Attribut „Cozy“ priorisiert und zunehmend spezielle Gestaltungsformen verwendet wurden. Dazu gehörte das Ausschmücken von Fotos mit dekorativen Elementen wie Kerzen, Trockenblumen und Ornamenten. (Abb.25). Diese Entwicklung führte letztlich zur verstärkten Etablierung des Begriffs Cozy Games. Zusätzlich formte sich daraus der Begriff *Cozy Gamer:innen*, der Spieler:innen von Cozy Games meint und diese vom allgemeinen „Gamer“-Begriff differenziert. „Medien und Medienalltag“ sind laut Hepp heutzutage „kaum noch trennbar“, wodurch sich durch sie ein hohes Potenzial zur Persönlichkeitsentwicklung und zum Aufbau und Erhalt sozialer Strukturen ergibt (vgl. Hepp 2011 zitiert nach Wimmer, Schmidt 2016 S.263). Daher ist auch der Begriff Cozy Gamer:in stark identitätsstiftend. Es ist demnach nicht verwunderlich, dass sich mit der Cozy Culture eine *neue Kultur* rund um Cozy Games entwickelt hat, die über das Spielen selbst *hinausgeht*. Neben dem Thematisieren von Cozy

Games selbst, erweiterten viele Cozy Game Influencer:innen ihre Inhalte, indem sie die positive Wirkung der Inhalte der Spiele mit Bezug auf *mentale Gesundheit* und *selfcare-tips* (Tips zur Selbstfürsorge) unterstreichen. Außerdem teilen sie kuratierte *Inhalte ihres Lebens*, indem sie Einrichtung und Dekor zeigen, die zu einer inzwischen immer stärker etablierten *Cozy Game Ästhetik* passen.



Abb.25 Instagramfeed mit Cozy Games Thema

Diese Artefakte können, müssen aber nicht, in direktem oder indirektem Bezug zu den Spielen selbst stehen. Dazu zählen beispielsweise Merchandise-Artikel wie Plüschtiere und Figuren sowie ein visuell abgestimmtes Gaming-Setup in überwiegend natürlichen, erdigen oder hellen Pastellfarben sowie Naturmaterialien. Diese Ästhetik bildet einen starken Kontrast zu den etablierten Stilmerkmalen herkömmlicher Gaming-Setups, die durch Streamingportale wie Twitch propagiert werden und eher dunkle Farben sowie neonfarbene LED-Lichter umfassen. (Abb.26) Zu beachten ist hier, dass die *Funktion* eines Artefakts seiner *Cozy Ästhetik untergeordnet* ist. Ein Gaming-Stuhl entspricht also nur dann den Ansprüchen der Cozy Culture, wenn er ihre visuellen Konventionen erfüllt. Ein Stuhl des gleichen Modells in einer anderen, beispielsweise dunklen Farbe, würde diese Ansprüche nicht erfüllen und sich daher nicht als Artefakt der Cozy Culture qualifizieren.





Abb.26 Cozy Gaming Setups vs. "normale" Gaming Setups

Auch Einrichtungsgegenstände *ohne expliziten Gamingbezug*, die aber einer *Cozy Ästhetik* entsprechen, können beworben und Teil der Cozy Culture sein. (Abb.27) Dazu zählen beispielsweise gemütliche Kissen, Sessel, Lampen, Decken, Kleidung, Getränke, Freizeit-Utensilien und Nahrungsmittel, die wiederum die Cozy Erfahrung der Spielsituation zum Beispiel mit einer Nintendo Switch unterstützen können (siehe [Kapitel 3.15](#)).



Abb.27 Produkte der Cozy Culture

Die steigende Beliebtheit und mediale Präsentation von Cozy Spielen lässt also eine *Erweiterung ihrer Ästhetik und Werte auf den Alltag* beobachten.

Auf diese Wege entdecken auch Menschen, die sich vorher nur mit Themen wie gemütlicher Einrichtung und Self Care abseits des Spielens beschäftigt haben, Cozy Games als potenziellen neuen Teil ihrer Freizeitgestaltung. Es erfolgt eine *Entstigmatisierung* von Games und Gamingkultur. Die entstandene Cozy Culture beeinflusst wiederum die Entwicklung neuer Cozy Games, deren Ästhetiken immer spezifischer den Wünschen der Cozy Gamer:innen und den von ihnen geprägten Stilen entsprechen. So entsteht ein wechselseitiges Verhältnis der Spieleindustrie und der Cozy Culture. Damit ergibt sich aus

der Cozy Culture ein sehr hohes monetäres Potenzial für Konsum-Artefakte jeglicher Art, die der Cozy Ästhetik entsprechen. Veranschaulichen lassen sich diese Beobachtungen anhand des Aufkommens spezieller *Onlineshops* (Abb.28), deren angebotene Kleidung Cozy Gaming und dessen Ästhetik thematisieren und referenzieren.⁴¹ Die Cozy Culture nimmt Einfluss auf die Cozy Erfahrung, indem sie das Spielen extradiegetisch erweitert und individuelle Bedürfnisse der Spieler:innen an die Spielsituation erfüllt. Sie kann demnach als *externalisierte Form* der Cozy Erfahrung gewertet werden, die durch spezifische Spielsituationen und Ästhetik im Alltag verstärkt wird. Während die Cozy Culture also positive *identitäts- sowie zugehörigkeitsstiftende Tendenzen* aufweist, besteht jedoch gleichzeitig die Gefahr, dass Spieler:innen sich unter Druck gesetzt fühlen, den vermeintlich „*ästhetischen Ansprüchen*“ dieser Gemeinschaft nicht zu entsprechen, was aufgrund einer Betonung von erhöhtem Konsum mit monetärem Druck verbunden ist. Dies würde die grundsätzlich *inkluisiven* Eigenschaften von Cozy Games schwächen.

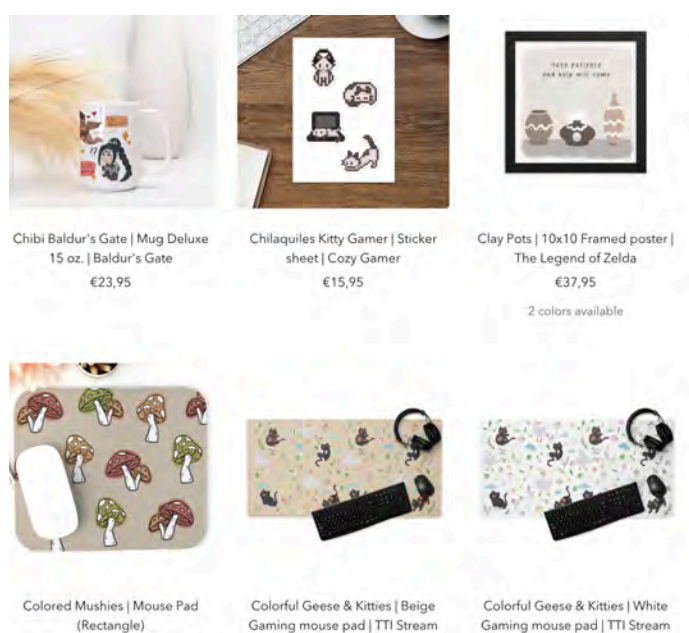


Abb.28 Onlineshop mit Fokus auf Cozy Culture und Cozy Gaming

3.5.2 Cozy Games Online-Communities

Der dänische Glücksforscher Meik Wiking betont die essentielle Bedeutung eines stabilen *sozialen Umfelds* für das *Empfinden von Glück* und das *Entstehen von Hygge* mehrfach in seinen Ausführungen (vgl. Wiking 2017 S.43ff). Soziale Aspekte sind demnach ebenso bedeutend in der Analyse von Cozy Games und der Cozy Erfahrung. Zum einen ist das direkte gemeinsame Spielen mit anderen zu untersuchen (siehe [Kapitel 5.10](#)), zum anderen

⁴¹ <https://tтинventory.com>, <https://www.etsy.com/de/shop/BeeTreat>, <https://cozygameremporium.com/>

inwiefern Cozy Games die Bildung und Aufrechterhaltung von Online-Communities begünstigen, die sich in ihren Merkmalen deutlich von den Communities anderer Spiele-Kategorien unterscheiden. Online-Communities rund um Cozy Games ergeben sich weniger aus messbaren Errungenschaften und Erfolgen innerhalb des Spiels, wie Highscore- und Ranglisten. Stattdessen stehen das Teilen des *individuellen Ausdrucks* und der *eigenen Ästhetikbestrebungen* mit Hilfe von Screenshots und Videos aus dem Spiel im Vordergrund. So gibt es auf sozialen Plattformen wie Instagram eine Vielzahl von Accounts, die ausschließlich das eigene kreative Schaffen der Spieler:innen thematisieren. Oft sind dabei weder Klarnamen noch Fotos der Spielenden relevant - die Persönlichkeit der User:innen erfährt einen Transfer aus dem Spielwelt hinaus in die reale Welt, die Spielfigur wird zum verkörperten Selbst.

Gerade in Spielen wie *Animal Crossing* und *Stardew Valley*, die vielfältige Möglichkeiten zur *customization* der Spielumgebung sowie des eigenen Charakters bieten, ist dies zu beobachten. Screenshots oder Videos aus dem Spiel erfüllen hier eine ähnliche Rolle wie *die Fotografie*. Über diese schreibt Susan Sontag, vor allem bezüglich des Fotografierens auf Reisen: „Photographs will offer indisputable evidence that the trip was made, that the program was carried out, that fun was had“ (Popova, 2016). Screenshots fungieren demnach als Form der *virtuellen Fotografie*, die beweist, dass Spielende Spaß und Erfolge im Spiel erleben. Gerade heutzutage, wo Fotografien nicht mehr ein physisches Resultat bedeuten müssen, sondern oftmals ausschließlich *online* gepostet werden, ist diese Ähnlichkeit besonders inherent. Die Fotografie, oder in diesem Falle, der Screenshot als virtuelle Fotografie, erfüllt also den Zweck, unser *eigenes virtuelles (Er)leben* zu bestätigen. (Abb.29)



Abb.29 Screenshots/ virtuelle Fotografien von *Animal Crossing: New Horizons*

In Communities und auf Social Media Plattformen ist darauf basierend ein reger Austausch zu beobachten, in dem die User:innen *Feedback*, Lob und Anerkennung für ihre geteilten Kreationen erhalten. Dadurch dient das Teilen auch dem Erhalt von *Bestätigung* und einem *Erfolgsgefühl*. Follower:innen profitieren hingegen von der *Inspiration* für ihr eigenes Spielerlebnis, wodurch eine wechselseitige Beziehung zwischen Content Creator:innen und

Content Konsument:innen entsteht. Gleichzeitig ist zu beobachten, dass dieses Potenzial bei Cozy Games ohne breite Möglichkeiten der individuellen Customization und dementsprechend einem *sehr ähnlichen Erlebnis* aller Spieler:innen mit dem Spiel hinsichtlich der ästhetischen Erfahrung sinkt. Es werden keine eigenen Accounts mit starker Identifizierung der virtuellen Figur und des eigenen Schaffens erstellt, sondern das Erlebnis, ein bestimmtes Spiel aktuell zu spielen, maximal anhand von „Fotografien“ der Spielsituation, geteilt. Im Fokus steht dann weniger das eigene kreative Schaffen innerhalb der Spielwelt, sondern die Cozy Erfahrung der Situation selbst. Die Spieler:innen und ihre individuellen Spielerlebnisse selbst werden so mehr zum Fokus, als die Spielerfahrung. Cozy Spiele, die von der daraus resultierenden *Marketingkraft* von Online-Communities und Social Media Plattformen profitieren wollen, sollten also sowohl Möglichkeiten der kreativen Entfaltung *innerhalb* ihres Game Designs bieten, als auch eine *ästhetische Wirkkraft* bieten, um diese in der realen Welt zum Teil der *Selbstdarstellung* einer Cozy Erfahrung werden zu lassen.

3.5.3 Virtueller Safe Space: Cozy Games und Inklusivität

Die Videospiegelindustrie und Gaming-Communities stehen seit Jahren in der Kritik, ausgrenzende und offen negative Tendenzen, vor allem gegenüber Frauen und Menschen mit anderen Geschlechtsidentitäten aufzuweisen. Auch die Spieleselektion selbst gilt als abgrenzendes Merkmal, wenn beispielsweise männliche Spieler auf Onlineplattformen Spieler:innen von Mobilegames nicht als „echte Gamer“ bezeichnen.⁴²

Das Ziel der ersten Cozy Games bestand nicht darin, diesen Tendenzen explizit entgegenzuwirken. Allerdings zeichnen sie sich durch die Thematisierung und Priorisierung bewusst inklusiver Inhalte aus, wodurch sie deutlich konträre Merkmale zu den Gamergate-Tendenzen⁴³ aufweisen. Wie bereits dargelegt, zielen die meisten Cozy Games darauf ab, den Spielenden ein positives Gefühl zu vermitteln und ihnen oft einen persönlichen Rückzugsort zu bieten. Um dieses Ziel zu erreichen, zeichnen sich moderne Cozy Games durch eine besondere Rücksichtnahme auf und Repräsentation von Inklusivität aus. Dies umfasst Aspekte wie mentale Gesundheit, Geschlechterrollen, Sexualität, Menschen mit Behinderungen und unterschiedliche ethnische Hintergründe. Dabei fällt auf, dass diese inklusiven Ansätze insbesondere in Cozy Games westlicher Studios vertreten sind. Ein möglicher Grund könnte die zeitliche Parallelität des Aufkommens von Cozy Games und dem steigenden Diskurs bezüglich dieser Thematiken in der westlichen Gesellschaft seit den 2010er Jahren liegen. Vor allem im Internet, angeleitet im Besonderen durch jüngere

⁴² https://www.reddit.com/r/truегaming/comments/g5ij95/where_does_the_whole_mobile_gaming_is_not_real/

⁴³ Die GamerGate-Kontroverse „bezeichnet eine Online-Kampagne, die ausgelöst von Debatten über Sexismus in der Videospiegelbranche im Jahr 2014 unter dem Hashtag #GamerGate stattfand und die als Ausdruck eines Online-Kulturkampfes gesehen wird“ Quelle: <https://de.wikipedia.org/wiki/Gamergate-Kontroverse>

Nutzer:innen, herrscht eine immer breitere, aktiv kommunizierte Toleranzkultur und ein steigender Diskurs bezüglich dieser Aspekte. Laut Studien halten 64% der Spieler:innen Diversität in Videospielen generell für wichtig. Bedeutend höher ist der Anteil mit dieser Meinung unter den *ab 1994 Geborenen* (vgl. Le Ngoc 2023).

Stardew Valley ist das erste Cozy Game, das durch die Möglichkeit, gleichgeschlechtliche Ehen einzugehen, bewusst queere Sexualität thematisiert und ermöglicht hat. Auch die Repräsentation von BIPOC-Personen innerhalb der Spielwelt bricht mit dem Standard der ausschließlich weißen Charaktere in den frühen Spielen der *Animal Crossing*- und *Harvest Moon* Reihen. Themen der mentalen Gesundheit werden ebenfalls aufgegriffen. Neuere Titel erweitern die Repräsentation diverser queerer Personen. So ist es in *Fae Farm* (Pathea, 2023) beispielsweise möglich, eine geschlechtslose (non-binary) Person zu heiraten. Die gender-neutrale Charaktererstellung des Spiels ermöglicht es Spielenden weiterhin, ihre eigene Spielfigur geschlechtslos zu erstellen. (Abb.30)



Abb.30 Genderneutraler Charactereditor in *Fae Farm*

Zudem bricht das Spiel mit stereotypen Geschlechterrollen, die in vielen älteren Titeln der Kategorie Cozy Games noch vorherrschten. Beispielsweise ist die Schmiedin des Ortes weiblich, während Charaktere mit vergleichbaren Berufen sowohl in *Stardew Valley* als auch in *Harvest Moon* Titeln stets männlich waren. Ein Grund für die progressive Entwicklung innerhalb von Cozy Games liegt neben Entwicklungen innerhalb der Gesellschaft an der Öffnung des Videospiegelmarktes für Indie-Entwickler:innen. Denn die ersten Cozy Games, wie *Harvest Moon* und *Animal Crossing*, wurden ausschließlich von japanischen Studios geschaffen. Noch bis heute gilt die japanische Gesellschaft als sehr *homogen* (vgl. Kana 2015 S 1-8). Während eine freie Geschlechtswahl bei vergleichbaren Titeln heutzutage Standard ist, war es im ersten Teil der *Harvest Moon* Reihe nur möglich, einen männlichen Charakter zu spielen. Erst mit dem dritten Teil der Reihe, *Harvest Moon 3 GBC* (2000), wurde die Option eingeführt, zwischen einer männlichen oder weiblichen Figur zu wählen. Yasuhiro Wada erklärt diese Entwicklung später damit, dass man erkannt habe, dass sehr viele Fans der *Harvest Moon* Teile weiblich seien (vgl. Wada 2012). Es handelte sich also

nicht um einen Akt der Inklusion, sondern vielmehr um einen *kommerziell motivierte Maßnahme*. Einige Titel der Reihe weisen außerdem starke regionale Unterschiede bezüglich inklusiver Thematiken auf.

So existiert in der japanischen Version des Spiels *Harvest Moon: Hero of Leaf Valley* ein dunkelhäutiger Charakter namens Zann, dessen Hautfarbe und Dialog aufgrund *rassistischer Stereotype* in den Versionen außerhalb Japans geändert wurde. ([Abb.31](#))



Abb.31 Japanische Originalversion des Characters Zann in *Harvest Moon: Save the Homeland* vs. *zensurierte Version* für den westlichen Markt

Natsume, Publisher der lokalisierten Versionen, äußerte sich zu den Änderungen so:

„Normally, we're happy to see ethnically diverse characters in Harvest Moon games. However, Zann had a lot of characteristics that in the West are sometimes associated with hurtful and outdated stereotypes of native African people. [...]“ (Natsume, 2010).

Dieses Zitat belegt, dass es verstärkte Bemühungen für bewusste Inklusion gibt. Diese Bemühungen variieren jedoch stark von Land zu Land. Ein Beispiel für die fortwährende Evolution lässt sich am Nintendo Gamecube Spiel *Harvest Moon: A Wonderful Life* (2003) festmachen. Dies erhielt 2023 ein Remake unter dem Titel *Story of Seasons: A Wonderful Life* für die Nintendo Switch. In diesem Spiel war es gegenüber dem Original nicht nur möglich, das Geschlecht der Spielfigur inklusive einer nicht-binären Identität zu wählen, sondern auch gleichgeschlechtlich zu heiraten.

Daran wird deutlich, dass es innerhalb der Kategorie Cozy Games starke progressive Tendenzen gibt. Diese dienen verstärkt der Selbstidentifikation der Spielenden mit dem Spiel und stärken auf diese Art die Immersion. Weiterhin positionieren sich Cozy Games so immer mehr als *virtuelle safe spaces* für Spieler:innen. Das Gefühl der Sicherheit ist demnach nicht nur zentraler Bestandteil des Game Designs von Cozy Games (siehe [Kapitel 5.2.8](#)), sondern wird auf den sozialen und persönlichen Rahmen der Spielenden erweitert und begünstigt so

eine *Cozy Erfahrung*. Spiele, die proaktiv Inklusivität und Repräsentation unterstützen, erschließen sich dabei eine größere Zielgruppe, indem sich viele Menschen im Spiel und in ihrer Identität gesehen fühlen. Weiterhin ermöglicht diese Tendenz es auch Menschen, die sich bisher nicht in Spielen repräsentiert sahen, zu Spieler:innen zu werden. Das entstandene Wohlbefinden der Spielenden durch aktive Erschaffung von safe spaces erlaubt es ihnen, eine stärkere Bindung zu den einzelnen Titeln aufzubauen, was künftige Kaufentscheidungen beeinflussen kann. Zum anderen begünstigt es die Erschaffung einer toleranten Community abseits des Spiels selbst. Betrachtet man wirtschaftliche Interessen, ist es also von Vorteil, diese Faktoren bei der Entwicklung neuer Cozy Games zu berücksichtigen. Es ist zu erwarten, dass diese Tendenz, insbesondere im Indie-Segment, in zukünftigen Titeln zunehmend an Bedeutung gewinnen wird.

3.5.4 Cozy Games und mentale Gesundheit

Videospiele mussten sich ihre heute selbstverständliche Position in der soziokulturellen medialen Landschaft über viele Jahre hinweg erkämpfen. Lange standen sie in einem negativ konnotierten medialen Fokus hinsichtlich ihres vermeintlichen *Sucht- und Aggressionspotenzials*.

Inzwischen belegen Studien, dass Videospiele *positive psychologische Effekte* auf Spieler:innen und ihre mentale Gesundheit bewirken können.

Vor allem Cozy Games werden diesbezüglich diskutiert. So stellen Lewis et al. im Bezug auf *AC:NH* während der Corona-Pandemie fest, dass Spielerinnen, die im Spiel regelmäßig Besuch von anderen Spieler:innen auf ihrer Insel erhalten, *weniger Einsamkeit* empfinden als andere Spielende (vgl. Lewis et al. 2021 zitiert durch Stadtmann und Benti 2021 S.1774). Auch Zhu stellt fest, dass das Spiel eine ideale „soziale Plattform“ darstellt und Spieler:innen dabei hilft, Gefühle der Angst und Depressionen zu reduzieren, indem es spirituellen Komfort, Ruhe und Frieden bietet (vgl. Zhu 2020 S.158). Die Psychologin Erika Martinez bezeichnet das Spiel weiterhin als „Form des wohltuenden Eskapismus von unserer gegenwärtigen harten Realität“, was zwar „keine langfristige Strategie“ zur Bewältigung dieser Probleme darstellt, jedoch zumindest eine „kurzfristige“ (Mercado 2020). „Cozy“ kann laut der Medienforschung Dr. Bettina Bódi als „direkte Antwort auf unsere sich verändernden Bedürfnisse in der spätkapitalistischen Gesellschaft verstanden werden, die durch eine Kultur der Hektik, Hyperindividualismus, Abkopplung und Ängste“ geprägt ist (Bardhan 2023). Die Cozy Erfahrung profitiert demnach grundlegend von den positiven Effekten des Spielens von Cozy Games. Mentale Gesundheit hat jedoch nicht nur als Effekt des Spielens, sondern auch als *Thematik* Bedeutung für Cozy Games. So setzen sich Spiele wie *Spiritfarer* (Thunder Lotus Games, 2020), *Chicory: A Colorful Tale* (Wishes Ultd, 2021), *Gris* (Nomada

Studio, 2018) und *Birth* (Madison Karrh, 2023) mit Themen wie Depressionen, Verlust, Trauer, Tod und Einsamkeit auseinander. Viele Cozy Spiele nehmen diese Belange ernst indem sie *Trigger-* und *Inhaltswarnungen* für potenziell beunruhigende Themen aussprechen. Cozy Games schaffen also ein Bewusstsein für die Wichtigkeit mentaler Gesundheit und bieten einen sicheren Raum, mentale Probleme zu thematisieren, was die Cozy Erfahrung positiv beeinflussen kann.

4. Cozy Games Motive und Prinzipien

4.1 Motive, Themen und Symbole

Cozy Games zeichnen sich durch vermehrt wiederkehrende *Motive*, *Themen* und *Schauplätze* aus, die als Grundlage für Gameplay und Narration dienen. Der Versuch einer Kategorisierung dieser Elemente wird im Folgenden vorgenommen (siehe Tabelle 1).

Die sieben *Motive* fungieren als übergeordnete Themenfelder, die als Grundlage für die weitere Segmentierung in Themen und Handlungsorten dienen. *Themen* innerhalb eines Motives stellen spezifische Elemente dar, die innerhalb eines Spiels erkundet oder dargestellt werden. *Handlungsorte* sind konkrete Verortungen innerhalb der Spielwelt, die das jeweilige Motiv und seine Themen repräsentieren oder an denen das von Motiv und Themen geprägte Spielgeschehen stattfindet. Es ist wichtig anzumerken, dass ein Spiel nicht *sämtliche* Motive, Themen und Handlungsorte dieser Kategorien vereinen muss, um als Cozy zu gelten. Vielmehr entstehen die Inhalte einzelner Cozy Games aus individuellen *Kombinationen* der hier identifizierten Kategorisierungen. (Abb.32)

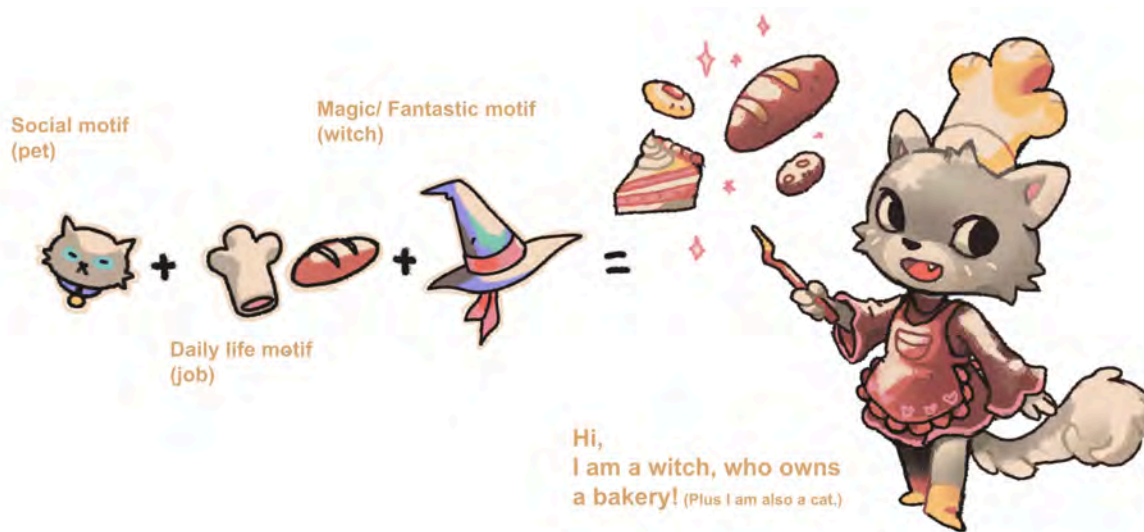


Abb.32 Kombination verschiedener Cozy Games Motive (eigene Illustration)

Da es sich beim Rezeptionsvorgang von Videospielen um einen „dynamischen“ und „symbolkommunikativen“ (Bigl 2016 S. 29) sowie „interpretativen“ (ebd. 2016 S. 45) Vorgang handelt, bei dem Spieler:innen semantische Codes entschlüsseln, erlernen und verstehen müssen, bestehen Videospiele aus einer Vielzahl von „Zeichen, abstrakten Symbolen“ und „Informationen“ (vgl. ebd. 2016 S. 44). Die Kompetenz, diese zu verstehen, hat einen maßgeblichen Einfluss auf das Spielerlebnis. Im Bezug auf Cozy Games lassen sich anhand der Motive viele wiederkehrende Symbole ableiten, die in Form von bildlichen Zeichen (zum Beispiel: Icon eines Briefs stellvertretend für Kommunikation) und metaphorischen Konzepten (ein Heißgetränk als Sinnbild für Gemütlichkeit) auftreten. Diese Symbole repräsentieren die Motive in Cozy Games und verstärken sie gleichzeitig. Die Symbole können anhand konkreter Gegenstände (Items) sowie als dekorative Elemente, visuelle und auditive Effekte oder als Grundlage für Spielmechaniken in Erscheinung treten. Die Symbolkraft der einzelnen Elemente bezüglich der Vermittlung eines Motives beeinflusst daher das Potenzial für das Erzeugen einer Cozy Erfahrung. Die gezielte Kombination von Symbolen kann ihre Wirkung zusätzlich verstärken. Da laut Bigl erfahrene Spieler:innen genreverwandte Codes im „ikonischen Gedächtnis“ speichern (vgl. Bigl 2016 S. 88) und dementsprechend in anderen Titeln wiedererkennen, profitieren auch Cozy Games von der wiederkehrenden Replikation und Repetition ähnlicher Motive und Symbole.

Motive	Themen	Handlungsorte
Alltagsleben und Routinen	<ul style="list-style-type: none"> • Alltag • Alltägliche Berufe und Abläufe • Betonung des Einfachen, Gewöhnlichen • Feste/Events • Hobbies • Kulturen und Traditionen • Nahrung/kochen • (Wieder)aufbau • Sammeln • Spielen 	<ul style="list-style-type: none"> • Handwerksgeschäfte • Kliniken • Lokale Geschäfte • Märkte • Museum • Orte des Glaubens • Orte des Reisens (Bahnhof/Hafen) • Schwarzes Brett • Temporäre Händler • Zuhause (stationär und mobil)
	<p>Symbole:</p> <p>Bücher, festliche Dekoration, Kochutensilien, Gerichte, Selbstgemachtes, Alltagsgegenstände (zB. Teekanne), anti-technologische Gegenstände, Hobbyutensilien, Fernseher/Radio/ Plattenspieler, Spiele, Hütten</p>	

<p>Selbstentfaltung unterteilt in</p> <p>Selbsta Ausdruck</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dekoration • Design • Handwerk/Erschaffen • Individualität 	<ul style="list-style-type: none"> • Eigenes Land/ Heim • Werkstätten
---	---	---

	<ul style="list-style-type: none"> • Kreativität/Ästhetik • Mode • Musik 	
	<p>Symbole:</p> <p>Möbel, Kleidung, Werkbänke, Instrumente, Selbstgemachtes, Werkzeuge, dekorative Elemente, Nähmaschine, Mal- und Schreibutensilien, Spiegel, Bilder an den Wänden</p>	
Persönliche Entwicklung	<ul style="list-style-type: none"> • Älter werden/Wachstum • Emotionen • Mentale Gesundheit • Neubeginn/Loslassen • Nostalgie und Kindheit • Selbstreflexion • Selbstverwirklichung 	<ul style="list-style-type: none"> • Heimat
	<p>Symbole:</p> <p>Tagebuch, Fotos, Erinnerungsalbum, Kompass/Karte, Gegenstände von sentimental Wert, Nostalgie-Gegenstände (alte Spielekonsolen, Retroelemente etc.)</p>	

Entspannung und Erholung	<ul style="list-style-type: none"> • Entschleunigtes Leben • Gemütlichkeit • Langsame Fortbewegung (Spazieren, Wanderschaft, Züge, Boote) • Praktiken zur Stressreduzierung • Reisen/Urlaub • Sicherheit 	<ul style="list-style-type: none"> • Abgeschlossene, kleine Räume (Hütten, Dioramen) • Kleine Orte der Entspannung im Alltag (Bänke, auf der Wiese sitzen) • öffentliche Orte der Entspannung (Gasthäuser, Cafés, Bäder, heiße Quellen, Strand, Bibliothek) • Private Orte der Entspannung
	<p>Symbole:</p> <p>Heißgetränke (Kaffee, Tee), Plüschtiere, Bücher, Kissen, Decken, gemütliche Kleidung, gemütliche Sonnenuntergang, warme/indirekte Beleuchtung (Kerzen, Kaminfeuer, Lagerfeuer, Lichterketten) gemütliche Möbel, Bänke, Schaukelstuhl, Teppiche, Rucksack, erleuchtete Fenster, entspannende Musik, Nebengeräusche (Kaminknistern)</p>	

Gemeinschaft und Beziehungen	<ul style="list-style-type: none"> • Gemeinschaften /Zugehörigkeitsgefühl • Geschenke • Hilfe/Altruismus • Haustiere/Maskottchen/Begleiter • Inklusivität/Repräsentation • Kommunikation • Tiefe zwischenmenschliche Beziehungen (Freundschaft, Familie, Liebe) • Umsorgen/Aufziehen • Zusammenarbeit 	<ul style="list-style-type: none"> • Dorfplatz/ Versammlungsorte • Kleinstädte/ Dörfer • Rathaus
	<p>Symbole:</p> <p>Briefkasten/Briefe, Geschenke, Herzsymbole und Emojis, Fotos, Einladungen, Schwarzes Brett, Kalender, gemeinsame Aktivitäten, gemeinsame Mahlzeiten, Gespräche</p>	

Natur und Umwelt	<ul style="list-style-type: none"> • Aktivitäten in der Natur • Landwirtschaft • Naturnahes Leben • Natürliche Ressourcen und Materialien • Natürliche Zyklen (Tag/Nacht, Jahreszeiten) • Pflanzen • Personifizierte Tiere • Tiere • Umweltschutz und Nachhaltigkeit • Wetter 	<ul style="list-style-type: none"> • abgelegene/naturnahe Orte • Gärten • Farmen • Inseln • Naturlandschaften (Berge, Meer, Strand, Flüsse, Wälder)
	<p>Symbole:</p> <p>Blumen, Feldfrüchte, Bäume, Blätter und Blüten, Steine, Moos, Efeu, Steinwege, Wurzeln, Baumstämme, Insekten, Topfpflanzen, landwirtschaftliche Werkzeuge (Gießkanne, Axt), Saatbeutel, Holzhütten, Möbel aus Naturmaterialien (Holz, Keramik), sammelbare Ressourcen (Beeren/ Pilze/ Muscheln), Mond/Sonne/Sterne, saisonale Dekoration saisonale Produkte, Regen, Schnee, Nacht, Umweltgeräusche (Regen an der Scheibe, Gewitter, Schritte im Sand, Vogelgezwitscher)</p>	
Magie und Fantastisches	<ul style="list-style-type: none"> • Alchemie • Fantastische Elemente • Fabelwesen, Märchen • Magie, Hexen • Mythologie 	<ul style="list-style-type: none"> • Magierhütte • Magieschulen • Versteckte Orte
	<p>Symbole:</p> <p>Hexenhut, Tränke/Hexenkessel, magische Symbole, Tarotkarten, Zauberbuch, Kerzen, Tränke, Kräuter/Zutaten, Hellseher:innen-Kugel</p>	

Tabelle 1: Eigenes Werk

Alltagsleben und Routinen: (Abb.33)

Abb.33 Motiv: Alltagsleben und Routinen (eigene Illustration)

Viele Cozy Games thematisieren im Gegensatz zu Spielen anderer Kategorien keine klassischen Heldenreisen, sondern besinnen sich auf das individuelle Leben der Hauptfigur und einzelne Aspekte des alltäglichen Lebens. Wiking beschreibt Hygge in seinem Buch als „Happiness practice for every day“ - also als Praxis im Alltag glücklich zu sein (Wiking 2017 S. 191). Er sieht Glück demnach weniger als große Ereignisse, die vereinzelt bis selten in unser Leben treten, sondern in „kleinen Freuden, die jeden Tag geschehen“ (ebd. S. 191). Auch ein Buch bei einer heißen Tasse Tee lesen ist *Hygge* im Alltag. Dies deckt sich mit den oft in Cozy Games thematisierten Alltagswelten. Anstelle dramaturgischer Heldenreisen, in denen sich Spielende mit Krisensituationen, wie Weltuntergang, Apocalypse und Kriegen konfrontiert sehen, thematisieren sie spezifische alltägliche Gegebenheiten, wie das Leben in einer Gemeinschaft, Pflegen von Pflanzen, Dekorieren des eigenen Heims oder Spaziergehen in der Natur. Nintendo Producer Katsuya Eguchi beschreibt das Spiel *Animal Crossing: New Leaf* (2013) so:

„Our intent was to create kind of a parallel world, a world that's kind of similar to your own but also different [...] our intent [...] was to create this mini-world that you live in, so certainly we take into consideration those rules that you have to live by in the real world, and those are reflected in the game as well“ (Nutt 2013).

Das Erkennen und Wertschätzen des Alltäglichen sind Philosophien, die sowohl Hygge als auch zahlreiche Cozy Games gemeinsam haben. Alltag in Cozy Games äußert sich oft durch feste tägliche Routinen ([Kapitel 5.2.4](#)), die das Leben in einer Gemeinschaft in Spielen wie *Animal Crossing* oder das Betreiben einer Farm in *Stardew Valley mit sich bringen*. Spiele wie *Mail Time* (Kela van der Deijl, 2013) und *Traveller's Rest* (Isolated Games, 2020) thematisieren das Ausleben alltäglicher Berufe. Und auch *Spielen selbst* ist Bestandteil des Alltagsmotivs vieler Cozy Games, wie in Form der zahlreichen *Minigames* in *My Time At Sandrock* (Pathea 2023), die eine Abwechslung zu den Repetitionen des sonstigen Gameplays bieten. Spiele wie *Sakuna: Of Rice and Ruin* (Edelweiss, 2020) thematisieren zudem Kulturen und Traditionen, oder greifen den Alltag verschiedener Glaubenswelten anhand fiktiver Religionen auf. Handlungsorte umfassen neben dem eigenen Zuhause Orte des alltäglichen gesellschaftlichen Lebens, lokale Geschäfte, Dienstleistungen oder kulturelle Angebote. Cozy Games, die einen Fokus auf eine detaillierte Gestaltung des Alltags setzen, können durch Details wie Vogelgezwitscher, vorbeiziehenden Wolken oder anhand der Ausgestaltung von Momentaufnahmen, ähnlich der *Ma*-Szenen in Studio Ghibli Filmen, (siehe [Kapitel 3.2](#)) die *Schönheit des Alltäglichen* betonen. Alltagsvorstellungen in Cozy Games bieten ein besonders hohes Identifikationspotenzial für Spielende, da sie Situationen darstellen, die in ähnlicher Form aus dem realen Leben bekannt sind. Diese Situationen werden vereinfacht und ohne den Druck des realen Lebens dargestellt, wodurch Stress und

Frustration vermieden und eine Cozy Erfahrung gefördert werden. Im besten Fall wird sogar der Blick der Spielenden für positive Alltagserfahrungen in ihrem realen Umfeld geöffnet.

Selbstentfaltung durch Selbsta Ausdruck:

Das übergeordnete Motiv der *Selbstentfaltung* lässt sich in die Motive *Selbsta Ausdruck* sowie *Persönliche Entwicklung* unterteilen. Selbsta Ausdruck bezieht sich dabei auf die *nach außen gerichtete* Form der *Selbstentfaltung* mithilfe kreativer Prozesse und visueller Individualisierung. Spiele mit dem Motiv Selbsta Ausdruck bieten Spieler:innen eine Plattform, um ihre Kreativität, Ästhetik und Persönlichkeit auszudrücken, sei es durch Dekoration, Design, Handwerk oder individuelle customization der Spieler:innenfigur bezüglich Mode und physischer Attribute. Cozy Games mit einem vertieften Schwerpunkt auf Selbsta Ausdruck ermöglichen dabei oft nicht nur das Gestalten des eigenen Wohnraums, sondern auch die direkte und permanente (Um-)Gestaltung der Umgebung, wodurch eine starke persönliche und höchst individuelle Beziehung zu der Spielwelt mit dem Gefühl von Erfolg und Autonomie gefördert und damit verbunden eine Cozy Erfahrung geschaffen wird (siehe [Kapitel 5.2.7](#)). Cozy Spiele dieser Art profitieren davon, dass Spielende ihre Kreationen wie im Falle von *Animal Crossing: New Horizons* online auf Social Media und in Communities teilen. Im Besonderen bieten Spiele wie *Stardew Valley* Möglichkeiten des Selbsta Ausdruck, die dekorative Mods und damit die Erstellung von User Generated Content ermöglichen, wodurch die Cozy Erfahrung und auch der Wiederspielwert profitieren.

Selbstentfaltung durch Persönliche Entwicklung: (Abb.34)



Abb.34 Motiv: Selbsta Ausdruck (Teil von Selbstentfaltung)

Die Orte der Zusammenkunft, in denen Getränke wie Kaffee oder Tee in gemütlicher Atmosphäre serviert werden, besitzen im realen Leben laut Wiking ein besonders hohes Hygge-Potenzial und demnach auch für Coziness in Spielen, da diese sowohl die für Hygge bedeutenden *sozialen Aspekte* mit dem Servieren heißer Getränke als *hyggelige Aktivität* vereinen (vgl. Wiking 2017 S. 64). Orte dieser Arten erhalten im Falle von Cozy Games eine ausgeprägte *Symbolfunktion*. So gilt das „Café Taubenschlag“ seit *Animal Crossing: Wild World* (2006) als fester Bestandteil der Reihe und wurde von Spieler:innen beim Release von *AC:NH* stark vermisst, als der Teil initial ohne eine Version dieses etablierten Ortes erschien.⁴⁴ Neben Symbolen wie Heißgetränken gibt es vielfältige weitere Möglichkeiten, dieses Motiv in Symbolen auszudrücken, wie gemütliche Möbel, indirekte Beleuchtung oder das Knistern eines Kaminfeuers. Die häufige Verwendung dieses Motivs in Cozy Games verdeutlicht, dass Orte, Motive und Symbole der Entspannung entscheidend zur Erzeugung einer Cozy Erfahrung beitragen.

Gemeinschaft und Beziehungen: (Abb.36)



Abb.36 Motiv: Gemeinschaft und Beziehungen

Das Motiv Gemeinschaft und Beziehungen in Cozy Games steht für die Bedeutung von sozialen Bindungen und zwischenmenschlichen Beziehungen innerhalb der Spielwelt. Wiking sieht in sozialen Kontakten nicht nur den Schlüssel zu Hygge, sondern zum grundlegenden Glück eines Menschen (vgl. Wiking 2017 S 43ff). Auch in Cozy Games stehen soziale Aspekte sehr häufig auf verschiedene Arten im Vordergrund. Spiele mit diesem Motiv fördern

⁴⁴ https://www.reddit.com/r/AnimalCrossing/comments/izsm9w/ive_had_this_plot_of_land_reserved_for_the_cafe/

ein starkes Zugehörigkeitsgefühl zu Gemeinschaften und betonen die Wichtigkeit von Zusammenarbeit und Unterstützung und verwenden dabei Schauplätze wie Dörfer oder Gemeinden, um diese Aspekte zu behandeln (*Stardew Valley*, *Animal Crossing*).

Viele Cozy Spiele bieten außerdem die Möglichkeit tiefere soziale Beziehungen in Form von Freundschaften oder romantischen Beziehungen einzugehen (*Spiritfarer*, *Harvest Moon*) oder thematisieren die Bedeutung von Familie (*Rōki*). Auch das Pflegen von Haustieren oder Maskottchen kann Teil der sozialen Komponente sein (*Slime Rancher*). Die Darstellung von Inklusivität und Repräsentation ist ebenfalls ein wesentlicher Aspekt vieler Cozy Games. Diese Spiele schaffen nicht nur ein Bewusstsein für diese Themen im realen Leben, sondern bieten auch Spieler aus marginalisierten Gruppen ein Gefühl von Zugehörigkeit und Akzeptanz.

Natur und Umwelt: ([Abb.37](#))



Abb.37 Motiv: Natur und Umwelt

Natur und Umwelt ist eines der am häufigsten und vielfältigsten Motive in Cozy Games. Es konzentriert sich auf die Schönheit und Vielfalt der natürlichen Welt sowie auf die Interaktion der Charaktere in und mit einer natürlichen Umgebung. Als elementares Motiv wurde es bereits in den ersten Cozy Games *Animal Crossing* und *Harvest Moon* geprägt, die eine Vielzahl weiterer Cozy Spiele hinsichtlich der Verwendung naturbezogener Themen inspiriert haben. Typische Aktivitäten in Cozy Games mit Naturmotiv umfassen Landwirtschaft, Angeln und Gartenarbeit. Natürliche Landschaften wie Seen, Wälder, Meeren und Strände dienen als Erkundungsorte sowie Orte der Entspannung. Ein naturnahes Leben und der Umgang mit

natürlichen Ressourcen und Materialien stehen im Mittelpunkt, während die Spielwelt oft von natürlichen Zyklen wie Tag und Nacht sowie den Jahreszeiten geprägt ist. Pflanzen stellen ein wichtiges Thema in vielen Cozy Games dar, sei es als dekorative Elemente oder als Grundlage des Game Designs. Auch Tiere und ihre Aufzucht sind eine wiederkehrende Thematik des Natur- und Umweltmotivs. Spiele wie *Coral Island* ergänzen das Motiv um den reflektierten Umgang mit Themen wie Umweltschutz und Nachhaltigkeit. Das Thema Natur in Cozy Games verbindet Eskapismus, Erholung und ein entschleunigtes Leben mit dem Wunsch vieler Menschen, zurück zur Natur zu finden und stellt somit eine starke thematische Grundlage für eine Cozy Erfahrung dar. Gleichzeitig bietet das Thema eine Vielzahl an möglichen Symbolen, wie Jahreszeiten (siehe Tabelle 1). So schreibt ein:e gelöschte:r Reddit Nutzer:in auf die Frage, welche Jahreszeit die beste in Stardew Valley sei:

„Mine is **fall**, mostly because of the soundtrack. (...) I also like the aesthetics of the map during Fall. Everything is orange/red and it just makes the game feel even cozier than it already is. It feels even more magical on windy days when leaves blow across the map.“⁴⁵

Hier wird deutlich, dass die Cozy Erfahrung durch das Motiv Natur und Verwendung naturverbundener Symbole (Jahreszeiten, Blätter, Wind, saisonale Farben) maßgeblich verstärkt wird.

Magie und Fantastisches: (Abb.38)



Abb. 38: Magie und Fantastisches

⁴⁵ https://www.reddit.com/r/StardewValley/comments/11s7dkf/what_is_your_favorite_season_in_stardew_valley/

Magie, übernatürliche und fantastische Elemente sind Teil vieler Cozy Games.

Spiele wie *Little Witch in the Woods* und *Wytchwood* thematisieren diese Aspekte offenkundig, wobei gerade Hexen und Alchemie besonders häufige Themen in Cozy Games darstellen. Bemerkenswert ist jedoch, dass viele Cozy Games fantastische Elemente nur als partiellen Teil ihrer ansonsten im realen Leben verwurzelten Spielwelt verwenden.

Des Öfteren werden dafür bekannte Figuren und Elemente aus Märchen, Sagen und Mythologie referenziert. Dies kann wiederum positive Gefühle der Nostalgie durch Geschichten aus der Kindheit auslösen. Die Ursprünge dafür sind schon im ersten Cozy Game, *Harvest Moon*, zu finden, bei dem der sehr alltägliche Kanon der Spielwelt um das Vorhandensein zweier magischer Charaktere, der Erntegöttin und Kappa, erweitert wird, wobei Kappa eine Anlehnung auf gleichnamige japanischen Fabelwesen darstellt. Auch im ersten Teil der *Animal Crossing Reihe* treten ein Kappa sowie ein Geist und ein Gnom in Form von Nebenfiguren auf. Spätere Spiele, wie *Stardew Valley*, übernehmen dieses Prinzip, indem sie ihre eher alltägliche Spielwelt um eigene magische Charaktere und Elemente erweitern. Diese besondere Kombination aus fantastischen Elementen und einer primären thematischen Verwurzelung im realen Leben (und damit verbunden einem hohen Identifikationspotenzial) kann das Eskapismuspotenzial eines Spiels fördern.

4.2 Das Kontrast-Prinzip

Ein Merkmal, das sowohl das Gefühl von Hygge als auch die Cozy Erfahrung verstärkt, stellt *Kontrast* dar. Kontrast veranlasst Menschen dazu, Situationen anders zu bewerten. Eine Anekdote aus dem Leben von Meik Wiking, Glücksforscher und Autor eines Buches über Hygge, veranschaulicht den Nutzen von Kontrast:

„We were all tired after hiking and were half asleep, sitting in a semicircle around the fireplace in the cabin, wearing big sweaters and woolen socks. The only sounds you could hear were the stew boiling, the sparks from the fireplace, and someone having a sip of mulled wine. Then one of my friends broke the silence. ‘Could this be any more hygge?’ he asked rhetorically. ‘Yes,’ one of the women said after a moment. ‘If there was a storm raging outside.’

We all nodded.“(Wiking 2017 S. 6)

Er und seine Freund:innen befinden sich bereits in einer sehr *hyggeligen* Situation, indem sie gemütliche Kleidung tragen, in einer Hütte am Kamin sitzen und warme Getränke genießen. *Ein Sturm, der draußen tobt* als Antwort auf die rhetorische Frage, was diese Situation also noch mehr hygge machen würde, illustriert das *Prinzip des Kontrasts*, das dafür sorgt, dass das *eigene Empfinden* von Gemütlichkeit *gesteigert* wird. Je *stärker* die *Divergenz zweier*

Zustände, desto intensiver der Kontrast und das Bewerten der *eigenen Situation*. Es fühlt sich beispielsweise besonders gemütlich an, drinnen im Warmen zu sitzen, wenn man weiß, dass es draußen regnet oder schneit, also „ungemütlich“ ist. Bleibt man beim genannten Beispiel, bedeutet dies, dass man es als *weniger gemütlich* empfinden würde, drinnen im Warmen zu sitzen, wenn es draußen sonnig und ebenfalls warm ist. Dementsprechend fällt die Bewertung des eigenen Zustands schwächer aus, wenn die äußeren Umstände dem eigenen Zustand ähneln. Kontrast ist dann besonders effektiv, wenn einer der Zustände als positiver oder angenehmer bewertet wird. Ein weiteres Beispiel: das subjektive Empfinden, dass das eigene Bett morgens, wenn der Wecker klingelt, besonders warm und weich ist. „Cozy gaming makes me think of autumn days, with a blanket, a hot drink, and your favorite book“ berichtet Bee, eine der Entwicklerinnen des Cozy Spiels *Kitori Academy* Spielen (Bellingham 2022).

Hier wird die direkte Ähnlichkeit zum zuvor genannten Hygge-Zustand und dem Einfluss des Kontrasts in Bezug auf die Spielsituation illustriert (Gemütlichkeit beim Spielen versus kalte Herbsttage). Ein weiteres Beispiel: in einer kalten Winternacht durch die Straßen laufen und in hell und warm erleuchtete Fenster schauen. Fenster sind sowohl in der realen als auch in der virtuellen Welt ein ideales Mittel zum Illustrieren von Kontrast, da sie den *simultanen Einblick in zwei konträre Zustände* (drinnen vs. draußen) erlauben und dementsprechend die Wahrnehmung sowie Bewertung der konträren Zustände beeinflussen (Abb.39).



Abb. 39: Fenster zur Darstellung von Kontrast im Film *Arrietty - Die wundersame Welt der Borger*

Dabei verstärkt Kontrast gleichzeitig die Wirkung von Symbolen (Wetter, Kaminfeuer) und wird *selbst* zum Symbol. Neben dem thematischen Kontrast wird das Prinzip auch im Bezug auf andere Merkmale von Cozy Games angewendet, wie im Game Design (siehe [Kapitel 5](#)) und in der visuellen Gestaltung (siehe [Kapitel 6.6](#))

Beispiele für Kontrast in Cozy Games:

- Die Gemütlichkeit des eigenen Heims vs. Sandsturm außerhalb (*My Time at Sandrock*)
- Jahreszeiten (*Harvest Moon*)
- Erleuchtete Fenster in dunkler Nacht bei Regen (*Animal Crossing*)
- Gesellige Zusammenkunft von NPCs im lokalen Gasthaus jeden Freitag (*Stardew Valley*)
- Sicherheit des Dorfes und des Heims vs. Gefahr durch Monster in den Minen (*Stardew Valley*)
- Negative Emotionen vs. niedlicher, farbenfroher Artstyle (*Spiritfarer*)
- Gameplay-Momente der Ruhe vs. Momente der Aktion
- Kontrast zwischen zwei Themen: Dämonen, Kulte vs. niedliche Schafe und Basenbau (*Cult of the Lamb*)

Die Entspannungs- und Erholungsmotive in Cozy Games fungieren auf diese Art als Kontrastmotive, da sie bewusst oder unbewusst als Gegenmaßnahme zu Stress und Problemen in der realen Welt eingesetzt werden. *Eskapismus* ist dementsprechend Kontrast. Das *Spielen* von Cozy Games ist Kontrast. *Spielen* ist Kontrast.

Da Kontrast zusammenfassend die Wahrnehmung und Bewertung von Zuständen maßgeblich beeinflusst, ist er ein ideales Werkzeug zum Erschaffen und Bestärken der Cozy Erfahrung.

4.3 Das Home-Prinzip

Der von mir im Folgenden verwendete Begriff *Home-Prinzip* bezeichnet die Wichtigkeit eines eigenen *Zuhause*s in Cozy Games als sicheren, gemütlichen Rückzugsort, sowie Ort des individuellen Ausdrucks und der eigenen Identität sowie als Zentrum der Verortung in der Spielwelt. Dabei umfasst Home jedoch nicht nur *ein Haus* im klassischen Sinne, sondern beispielsweise auch einen eigenen Garten oder weitere Orte der Spielwelt, auf die Spielende direkten Einfluss haben. Nick Popovich, Designer des Cozy Spiels *Slime Rancher*, verwendet den Begriff *Home* in einem Vortrag über erfolgreiches Videospiele-Design stellvertretend für ein Konzept, das Spielenden in Form von „jeglichen Umgebungen, Modi und Aktivitäten“ ein „entspanntes Spielen mit niedrigen Konsequenzen und bedeutungsvollen Belohnungen oder Fortschritt“ erlaubt. Weiterhin bezeichnet er *Home* als den „cozy Aspekt“ eines Spiels (vgl. Popovich 2019), was die Relevanz für die Cozy Erfahrung unterstreicht. Auch Vella analysiert die Bedeutung von *Home* in Videospiele. In Referenz auf Casey unterscheidet er zwischen der *hestialischen* und *hermetischen* Art des Wohnens (vgl. Casey 1993 zitiert durch Vella 2019 S. 142). *Hestialisch*, in Bezug auf Hestia, die griechische Göttin der Familie, beschreibt ein nach innen gerichtetes Wohnen, während *hermetisches* Wohnen in Anlehnung an den Götterboten Hermes einen nach außen gerichteten Blick oder

Bewegung umfasst (vgl. Vella 2019 S. 142f). Vella argumentiert, dass Videospiele zumeist nur die *hermetische* Art des Wohnens behandeln, indem Spieler:innen die Spielwelt durchstreifen und erkunden, ohne einen feste *hestialische* Verortung zu besitzen (vgl. ebd. 2019 S. 142) obwohl beide Modi sich gegenseitig bedingen. Laut Tuan bedeute ein (Wohn-)Ort *Sicherheit*, während der Raum um ihn herum *Freiheit* bedeute. Er fährt fort: „Uns zieht das eine an, das andere brauchen wir“ (Tuan 1997 zitiert durch Della 2019 S. 145).

Della bezieht sich auf die griechische *nostos*-Narrative, die die klassische nach außen gerichtete (hermetische) Heldenreise invertiert, indem er zitiert, dass jede Reise nur zufällig Entdeckungen und Siege umfasst, sondern tatsächlich die Aufgabe darstellt „nach Hause zu kommen“ (vgl. ebd. 2019 S. 144). Das eigene Zuhause stellt laut Vella dabei sowohl in der realen als auch in der virtuellen Spielwelt das Zentrum und Orientierungspunkt für Menschen und ihren Umgang mit der restlichen Welt dar (vgl. ebd. S. 154). Diese Erkenntnisse lassen sich in Spielen wie *AC* und *SDV* wiederfinden, in denen Figuren bei jedem Start des Spiels stets in ihrem (hestialischen) Zuhause verortet sind. Von diesem Zentrum aus erleben Spieler:innen hermetisch die restliche Spielwelt und kehren immer wieder zurück. So wird das Zuhause oder *Home* nicht nur ein Rückzugsort, sondern auch zu einem Ort der Routine und des alltäglichen Erlebens, was in einem direkten Bezug zum Alltagsmotiv in *Cozy Games* steht (siehe [Kapitel 4.1](#)) Dabei kann das eigene Zuhause in Spielen wie *AC* und *SDV* dekoriert, erweitert und angepasst werden. So werden nicht nur ästhetische Präferenzen und Individualität ausgedrückt, sondern auch Stolz, Autonomie und Kompetenz ausgelöst. Diese Gefühle werden durch die *aktiven* Handlungen der Spielenden, wie dekorieren oder bauen, verstärkt (vgl. Della 2019 S.159). Auf diese Art entsteht eine emotionale Verwurzelung mit dem eigenen Zuhause. Jede individuelle Entscheidung, jede Aktion von Spieler:innen „unterscheidet ein Haus von anderen Häusern und lässt so eine Identifikation zu *meinem* Haus zu“ (Della 2019 S. 158). Während Vella Spieler:innen als *Wanderer* in einer unbekanntem Landschaft bezeichnet (Vella 2019 S. 147) argumentiert Martin, dass diese Reise selbst das Unbekannte zum *Bekanntem* werden lässt (vgl. Martin 2011 zitiert durch Della 2019 S. 148), da sich Spielende die Spielwelt nach und nach erschließen und immer vertrauter mit ihr werden. So werden Praktiken des Bekannt- und Vertrautmachens mit der Spielwelt zu natürlichen intrinsischen Motivationen beim Spielen (Della 2019 S. 148).

Diese Praktiken werden in Spielen wie *AC:NH* verstärkt, indem Spielende ihre Spielumgebung direkt nach Belieben formen, anpassen und dekorieren können. Aus einem unbekanntem Ort wird nicht nur ein bekannter, sondern ein *eigener* Ort und damit eine *Erweiterung* des hestialischen Zuhauses.

Auch im Kontext mit *Hygge* nimmt das Zuhause eine besondere Position ein. Diesbezüglich beschreibt Wiking, dass ein Zuhause *immer* mehr *hygge* ist, als das Draußen (vgl. Wiking 2017 S. 90). Damit spiegelt *Home* gleichzeitig das Kontrastprinzip wider: Das Zuhause, als

Sinnbild für die physische und emotionale Verortung einer Person, soll ein Ort zum Wohlfühlen, zum Entspannen und zum Ankommen im Vergleich zum Draußen sein.

Dafür gibt es laut Wiking verschiedene Orte im Zuhause, die besonders Hygge sind, wie dem „Hyggekrog“ - ein Ort im Raum, an dem man sich „gerne mit einem Buch und einer Tasse Tee in eine Decke kuschelt“ (Wiking 2017 S. 95). Außerdem nennt er einen Kamin, Dinge aus Holz, Natur, Bücher, Keramik, taktile Dinge, vintage Gegenstände sowie Kissen und Decken (vgl. Wiking 2017 S. 93ff). Vor allem Materialität spielt dabei eine wichtige Rolle. Holz und Naturmaterialien gelten als *hyggelig*, künstliche Materialien dagegen nicht. Hier ist die starke thematische Verbundenheit zu den bereits genannten Cozy Motiven und Symbolen der Entspannung und Natur zu beobachten (siehe [Kapitel 4.1](#)), denn viele Cozy Games greifen diese Hygge-Faktoren in Form von Cozy Symbolen auf. Die von Wiking genannten Einrichtungsgegenstände gibt es beispielsweise in Form von dekorativen Items in vielen Cozy Games, die Spieler:innen für ihr Zuhause wählen können.

Neben einem Haus im engeren Sinne kann ein *Home* in Cozy Games auch andere Formen annehmen, wie eine Basis (*Cult of the Lamb*) oder ein mobiles bzw. temporäres Heim (ein Schiff in *Spiritfarer*, ein Van in *Camper Van: Make it Home* oder ein Zelt in *Cozy Grove*). (Abb.40) Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass Cozy Games im Gegensatz zu anderen Spielen häufig neben einem *hestialischen* Fokus einen *hermetischen* Fokus besitzen. Dieser Fokus lässt sich mit dem Begriff des *Home-Prinzips* zusammenfassen.

Es besitzt hohes Potenzial für eine Cozy Erfahrung, da es Kontrast darstellt, Spielende sowohl emotional als auch physisch in der Welt verortet, Ort des Selbstaudrucks und der Identifikation darstellen kann und Sicherheit bietet.

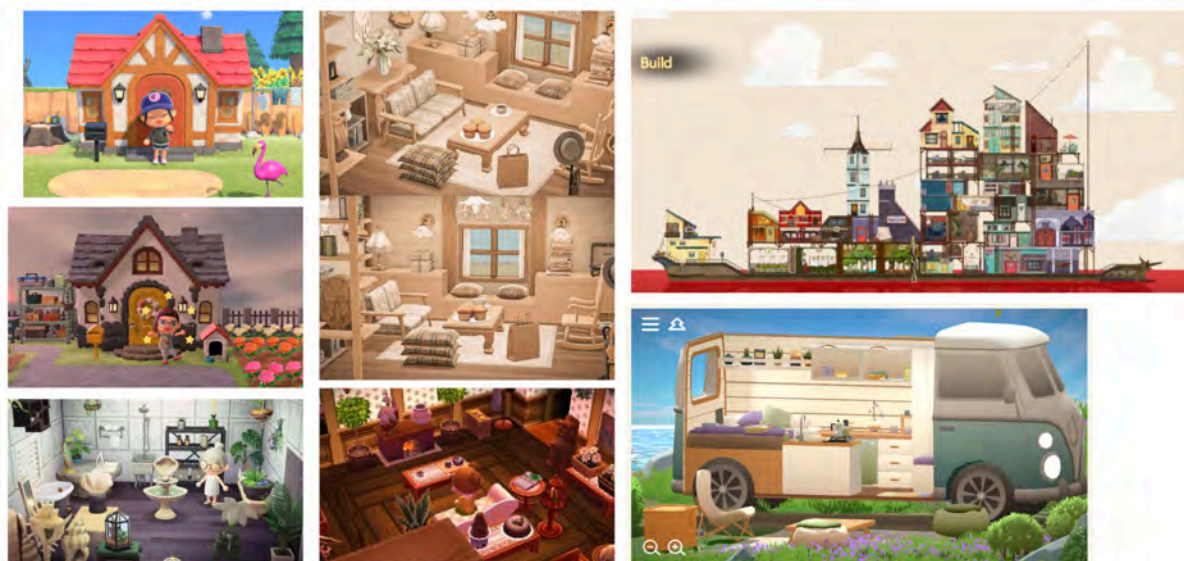


Abb. 40: Verschiedene Formen des *Home-Prinzips* in Cozy Games

5. Game Design

Das Game Design umfasst die grundlegenden Mechaniken eines Spiels und erfüllt demnach die interaktive Ebene des Mediums Videospiele. Im Normalfall sind Spielmechaniken im Besonderen durch das Genre eines Spiels geprägt. Da Cozy Games jedoch nicht primär durch ihr Genre, sondern durch ihr Potenzial für eine Cozy Erfahrung definiert werden, ergeben sich für das Game Design von Cozy Games individuelle Herausforderungen und Ansprüche, die genreunabhängig Anwendung finden können. Diese werden im folgenden Kapitel identifiziert und beschrieben. Auch wird betrachtet, inwiefern spezifische Game Designentscheidungen die Cozy Erfahrung negativ beeinflussen oder negieren können. Zuletzt wird auf die Frage eingegangen, inwiefern *alle* Spiele hinsichtlich ihres Game Designs von einer Cozy Erfahrung profitieren können, beziehungsweise auf welche Art Spiele anderer Kategorien von Cozy Elementen potenziell profitieren.

5.1 Spieler:innenmotivation und Zielgruppe

Um die grundlegenden Konzepte des produktiven Game Designs von und für Cozy Games zu verstehen, ergibt sich die Notwendigkeit, zunächst ihre demografische Zielgruppe zu betrachten und zu ergründen, welche spezifischen Motivationen und Bedürfnisse das Spielen von Cozy Games erfüllt.

5.1.1 Die Bedürfnispyramide nach Maslow angewendet auf Cozy Games

Ein erster Schritt für dieses Ziel ist die Bezugnahme auf Maslowsche Bedürfnishierarchie, auch bekannt als Maslows Bedürfnispyramide. Sie stellt eines der bekanntesten sozialpsychologischen Modelle zur vereinfachten Darstellung menschlicher Bedürfnisse und Motivationen dar, entworfen vom US-amerikanischen Psychologen Abraham Maslow (1908-1970). Der grundlegende Gedanke des Modells entspricht Maslows Auffassung, dass spezifische Bedürfnisse, wie jene der grundlegenden Existenzsicherung am unteren Ende der Pyramide, Priorität vor anderen haben. Während die klassische Version der Pyramide noch aus fünf Ebenen bestand, erweiterte Maslow diese 1970 um weitere drei Ebenen (Abb.41) Benti und Stadtmann haben diese aktualisierte Hierarchie in einer Fallstudie aus 2021 auf das Spiel *Animal Crossing: New Horizons angewendet* und kamen zu dem Schluss, dass „das Spielen von *ACNH* in der virtuellen Welt eine Rolle der Befriedigung in der realen Welt spielen kann“ (Benti, Stadtmann 2021 S. 1776). Damit ergeben sich positive Auswirkungen, „die sich von der rein virtuellen Welt des Spielens auf die reale Welt erstrecken“ (ebd. 2021). Es ist jedoch zu beachten, dass eine Cozy Erfahrung nur dann

entstehen kann, wenn die grundlegenden Bedürfnisse, wie Sicherheit, erfüllt sind. Damit steht die Cozy Erfahrung in direkter Korrelation mit den *höherrangigen* Bedürfnissen nach Maslow. Diese Erkenntnis dient als Grundlage für die weitere Betrachtung der Game Design Prinzipien von Cozy Games in [Kapitel 5.2](#).

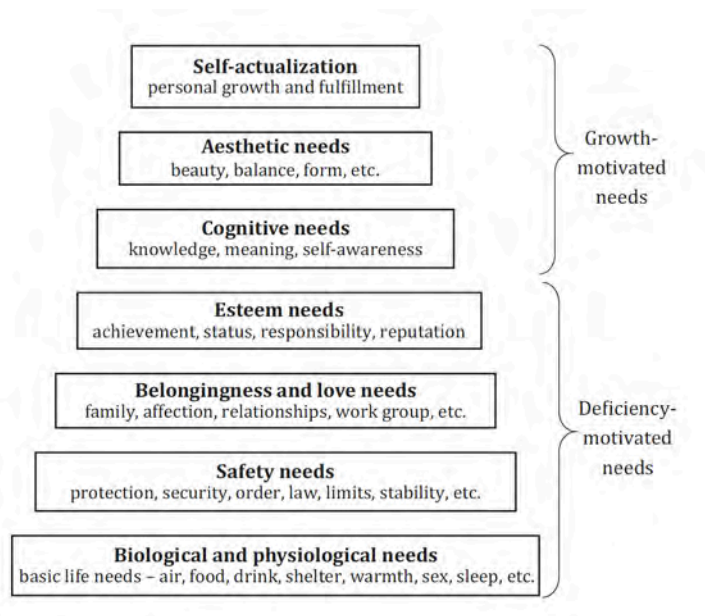


Abb.41 Maslows aktualisierte Bedürfnishierarchie mit sieben Ebenen

5.1.2 Arten von Spielenden nach Quantic Foundry

Nick Yee, einer der Gründer des US-amerikanischen Marktforschungsunternehmens mit einem Schwerpunkt auf Videospiele und Spieler:innenmotivation, *Quantic Foundry*, sieht Spiele als „Identitätsmanagementwerkzeug“ (vgl. GRUX SIG 2016). Demnach wählen Spieler:innen spezifische Spiele nicht aus eskapistischen Motiven, sondern da diese ihren eigenen Persönlichkeitsmerkmale entsprechen (vgl. ebd. 2016). Er fährt fort: „So rather than enabling people to pretend to be someone who they are not, video games help us become more of who we really are“ (ebd. 2016). Für die Betrachtung von Cozy Games hinsichtlich ihrer Cozy Erfahrung lässt diese These spannende Betrachtungen zu, wie die Frage, welche Motivationen Spieler:innen von Cozy Games im Speziellen verfolgen. Dies soll am von Quantic Foundry erstellten *Player Motivation Model* geschehen. Auf Basis psychometrischer Methoden mit den wachsenden Umfragedaten von inzwischen über 1,65 Millionen Spieler:innen⁴⁶ wurde dieses Modell bestehend aus 12 Motivationen ([Abb.42](#)) erstellt und diese in sechs primäre Motivationskategorien eingeteilt (Yee, Ducheneaut, n.d. S.3).

⁴⁶ <https://quanticfoundry.com/>



Abb.42 Das Gamer Motivation Model nach Quantic Foundry

Aus der niedrigen beziehungsweise hohen Ausprägung einzelner Motivationen benennt das Unternehmen individuelle Präferenzen von Spieler:innen (Ducheneaut, n.d. S.15ff). In der folgenden Tabelle 2 wird der heuristische Versuch unternommen, Cozy Games anhand dieser Präferenzen in das Ausprägungsspektrum der nach Quantic Foundry definierten Motivationen einzuordnen. Daraus soll abgeleitet werden, welche Motivationen und Präferenzen Spieler:innen von Cozy Games im Speziellen verfolgen. Die Klassifizierung ergibt sich dabei aus einer quantifizierten Häufigkeit von Cozy Games bezüglich der einzelnen Präferenzen. Präferenzen mit deutlichen Tendenzen sind grün unterlegt, Präferenzen eines Motivs, die von verschiedenen Cozy Games erfüllt werden, aber bei denen sich keine eindeutige Tendenz bezüglich einer erkennen lässt, sind hellgrün unterlegt. Präferenzen, die in Cozy Games nie vertreten sind, sind rot unterlegt und gelten gleichbedeutend als negierende Präferenzen für eine Cozy Erfahrung.

Aus der Tabelle geht hervor, dass die meisten Motivations-Präferenzen (hellgrün) nach Quantic Foundry of Cozy Games verschiedener Genres zutreffen können. Diese werden im Folgenden daher nicht spezifisch erläutert. Eine deutliche Tendenz für oder gegen spezifische Präferenzen, und damit für oder gegen eine Cozy Erfahrung, ergeben sich jedoch vor allem für Motivationen der Kategorien *Social*, *Action* und *Mastery*.

Zusammenfassend lässt sich anhand der Einordnung von Cozy Spielen in das Spieler:innen-Motivationsmodell nach Quantic Foundry feststellen, dass diese in der Regel ein geringes Maß an Aufregung und damit einhergehender Reizstimulation bieten, dabei beständig und vorhersehbar ablaufen und aufgrund einfacher Mechaniken nicht-komplexer Systemen leicht zugänglich sind. Oft bieten sie den Spieler:innen als Singleplayer-Erfahrungen mit dem Fokus der selbstbestimmten und freien Priorisierung einzelner Spielabläufe die Möglichkeit, Spielgeschehen- Schwierigkeit und Tempo den eigenen Vorlieben entsprechend anzupassen. Fehler bedingen keine gravierenden

Konsequenzen. Während viele Cozy Games keine Formen des Kampfes enthalten, so wird dieser, falls vorhanden, kinderfreundlich dargestellt und ist in der Regel nicht an ausgeprägte Fertigkeiten gebunden. Falls es Mechaniken des gemeinsamen Spielens gibt, so verlaufen diese non-kompetitiv im Sinne von Zusammenarbeit, gegenseitiger Unterstützung und dem Hinarbeiten auf geteilte Ziele. Viele der beliebtesten Cozy Games erfüllen außerdem in hohem Maße kreative Motivationen von Spieler:innen, indem sie umfangreiche Möglichkeiten der visuellen Customization von Avataren und Umgebung bieten.

Kategorie	Motivation	Niedrig	Hoch
SOCIAL	COMMUNITY	Independence	Teamwork
	Spielbeispiel:	Wytchwood	Palia
	COMPETITION	Non-Adversarial	High Conflict
	Spielbeispiel:	Wytchwood	-
ACTION	EXCITEMENT	Calm	Thrilling
	Spielbeispiel:	Dorfromantik	-
	DESTRUCTION	Enduring	Choatic
	Spielbeispiel:	Animal Crossing	-
ACHIEVEMENT	COMPLETION	Self-driven	Task-Oriented
	Spielbeispiel:	Animal Crossing	Animal Crossing
	POWER	Flat-Progression	Progression-Based
	Spielbeispiel:	Night in the Woods,	Stardew Valley
MASTERY	STATEGY	Spontaneous	Contemplative
	Spielbeispiel:	The Sims	-
	CHALLENGE	Easy Fun	Skill-Based
	Spielbeispiel:	Stardew Valley	-
IMMERSION	FANTASY	Generic/Abstract	Deep Lore
	Spielbeispiel:	Dorfromantik	Stardew Valley
	STORY	Open-Ended	Scripted Drama
	Spielbeispiel:	Dorfromantik	Stardew Valley
CREATIVITY	DISCOVERY	Practical	Curious
		Dorfromantik	Stardew Valley
	DESIGN	Curated	Customizable
		Wytchwood	Animal Crossing

Tabelle 2: Eigenes Werk

5.1.3 Demographische Zielgruppe von Cozy Games

Bezüglich konkreter demographischer Merkmale der Spieler:innen von Cozy Games fehlen bislang fundierte Studien und Daten. Dennoch lassen sich anhand heuristischer Beobachtungen und unter Heranziehung von existierenden Statistiken mit Gaming-Bezug einige Rückschlüsse aufstellen. Erste Erkenntnisse lassen sich bezüglich des Geschlechts der Spielenden gewinnen. Entgegen medialer und gesellschaftlicher Stereotype, die Männer als primäre Zielgruppe für Videospiele betrachten und nur langsam einen Wandel erfahren, ist die Menge an männlichen und weiblichen Spieler:innen heutzutage beinahe identisch, nachdem sie sich in den letzten Jahren immer weiter angeglichen hat.

So waren 2006 noch 62% der Spieler:innen in den USA männlich und 32% weiblich. 2023 betrug die geschlechtsspezifische Differenz nur noch 7%, bei einer Verteilung von 53% männlichen und 46% weiblichen Spielenden⁴⁷. Zu kritisieren ist, dass viele Statistiken nur Daten bezüglich eines veralteten, binären Bildes von biologischen Geschlechtern erheben, ohne Beachtung des Konzeptes sozialer Genderidentitäten. Eindeutige Erhebungen werden demnach erschwert, obwohl gerade Cozy Games häufig Inklusivität und Repräsentation priorisieren und demnach breitere Zielgruppen ansprechen können.

Bezüglich präferierter Genres ergeben sich deutliche Unterschiede zwischen männlichen und weiblichen Spieler:innen. Das in [Kapitel 5.1.2](#) erwähnte Marktforschungsunternehmen Quantic Foundry hat 2017 den Versuch unternommen, diese Unterschiede herauszuarbeiten (vgl. Yee 2018). Sie stellen fest, dass es drastische Differenzen in der Verteilung von Genrepräferenzen von weiblichen Spielerinnen gibt, die zwischen 2% und beinahe 70% fluktuieren (Abb.43).

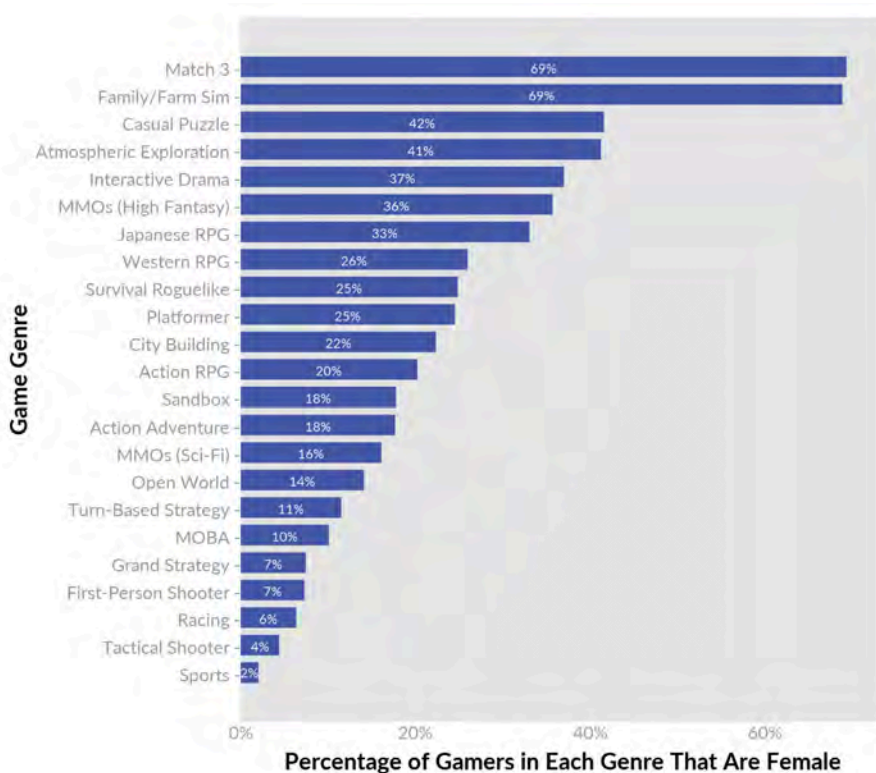


Abb.43 Prozentualer Anteil von Frauen pro Genre nach Quantic Foundry

Mit 69% sind ein Großteil der Spieler:innen von Familien- und Farmingsimulationsspielen weiblich. Aufgrund ihrer Beliebtheit innerhalb dieses Genres, ist davon auszugehen dass vor allem Cozy Spiele wie *Animal Crossing*, *Stardew Valley* und *Harvest Moon* gemeint sind. Dies ließe den Schluss zu, dass ein überwiegender Teil der Zielgruppe von Cozy farming

⁴⁷ <https://www.statista.com/statistics/232383/gender-split-of-us-computer-and-video-gamers/>

Simulationsspielen weiblich sind. Weitere Ableitungen bezüglich anderer Genres dieser Statistik sind problematisch, da zum Zeitpunkt ihrer Erhebung die Kategorie Cozy Games bezüglich ihrer Genres weitaus weniger diversifiziert war, als heute. Eine weitere Methode, um die geschlechtsspezifischen Präferenzen von Cozy Spieler:innen zu ergründen, ergibt sich aus der Analyse der präferierten Motivationen weiblicher, männlicher und non-binärer Spielerinnen. Quantic Foundry veröffentlichte diesbezügliche Ergebnisse (vgl. Yee 2016) auf Basis des Gamer Motivation Models (Abb.44) Dieses wurde als Teil dieser Arbeit in [Kapitel 5.1.2](#) bereits auf Cozy Games angewendet.

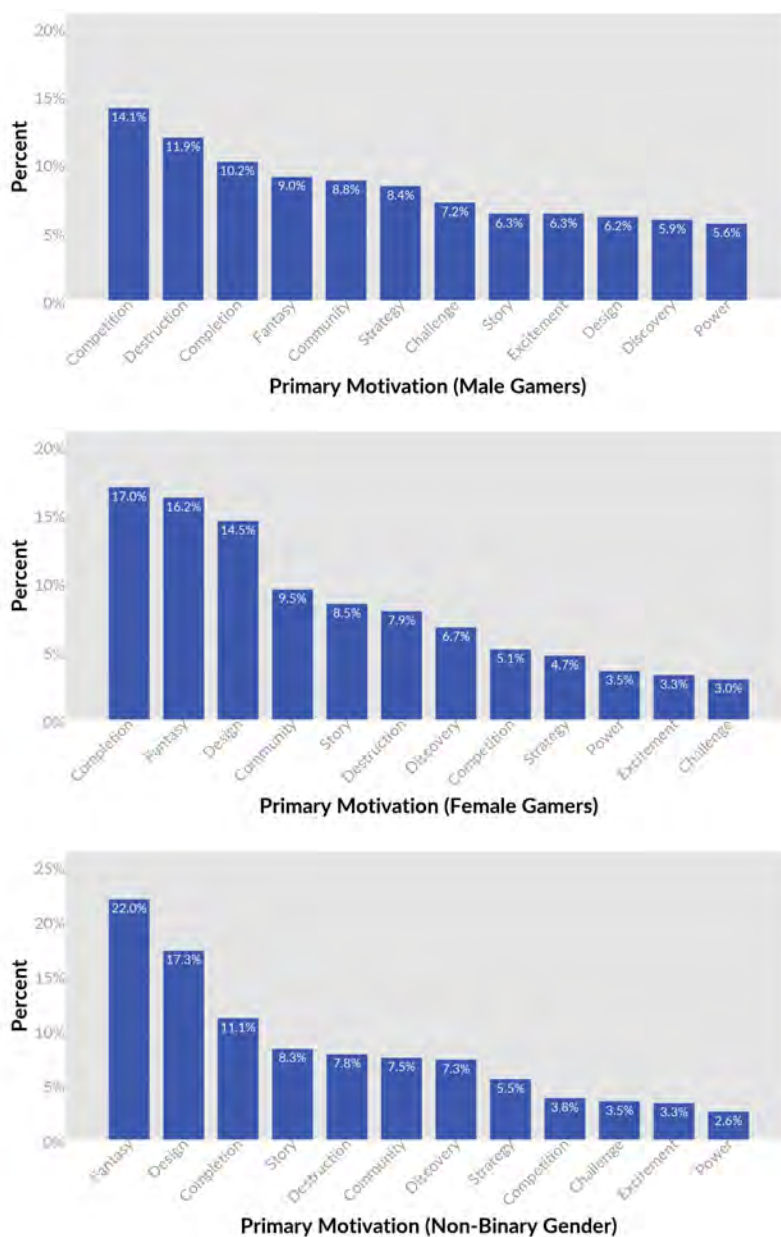


Abb.44 Präferierte Genres männlicher, weiblicher und nicht-binärer Spieler:innen nach Quantic Foundry

Setzt man die gewonnenen Erkenntnisse nun in einen Kontext mit den von Quantic Foundry veröffentlichten Ergebnissen, so wird deutlich, dass männliche Spieler an erster Stelle vor allem Motivationen präferieren, die in [Kapitel 5.1.2](#) explizit für Cozy Games ausgeschlossen wurden (Competition 14.1%, Destruction 11.9%). Während die von weiblichen Spielerinnen präferierten Motivationen Completion (17.0%) und Fantasy (16.2%) zwar keine spezifisches Kriterien für Cozy Games darstellen, so werden sie in der vorherigen Betrachtung zumindest als auf Cozy Games *anwendbar* klassifiziert. An dritter Stelle der Statistik für weibliche Spielerinnen steht die Motivation Design mit 14.5%, die in zuvor Form von hoher Anpassbarkeit des eigenen Avatars und der Umgebung als äußerst effektiv für das Game Design von Cozy Games herausgestellt wurde. Männliche Spieler präferieren Design hingegen mit 6.2% vergleichsweise seltener. Als Besonderheit ist hervorzuheben, dass vier der insgesamt sechs Motivationen, deren hohe Ausprägung gegen Cozy Games spricht (Competition, Excitement, Destruction, Strategy, Challenge) als am wenigsten präferierte Motivationen von weiblichen Spieler:innen gelistet werden (Strategy 4.7%, Competition 5.1%, Excitement 3.3%, Challenge 3.0%). Ähnliche Ergebnisse liefern die Daten über nicht-binäre Spielende, bei denen diese vier Motive ebenfalls sehr niedrig platziert sind.

Eine klare Präferenz ergibt sich stattdessen für Fantasy (22%) und Design (17.3%), von dem Fantasy als auf Cozy Games *anwendbar* und Design als besonders effektiv für Cozy Games gilt. Grund dafür könnte sein, dass Spielende mit Geschlechtsidentitäten außerhalb der gesellschaftlich geprägten binären Konventionen in besonderem Maße Möglichkeiten schätzen, das Äußere ihrer Figuren zu individualisieren, um die eigene Identität im Spiel bestmöglich repräsentiert zu sehen.

Zusammenfassend ergibt sich das deutliche Bild, dass weibliche sowie nicht-binäre Spielende Motivationen präferieren, die von Cozy Games in der Regel erfüllt werden. Am wenigsten beliebt zeichnen sich hingegen Motivationen aus, deren hohe Ausprägung gegen das Design von Cozy Games spricht. Ein gegensätzliches Ergebnis zeichnet sich hingegen in Bezug auf die Präferenzen von männlichen Spielern ab.

Tatsächlich werden Cozy Games teilweise speziell für Frauen beworben. So hat Nintendo Werbung für das Spiel *Animal Crossing: New Horizons* im VOGUE Magazin platziert, das sich traditionell vor allem an Frauen richtet und in der Regel wenig Berührungspunkte mit Videospiele besitzt (vgl. Campbell 2022b). Überraschenderweise berichtet Hisashi Nogami, Erfinder der Reihe, 2020 jedoch, dass die Geschlechtsverteilung zwischen männlichen und weiblichen Spieler:innen im Falle von *AC:NH* beinahe identisch ausfällt (vgl. Gibson 2020). Auch bezüglich des Alters gibt Nogami eine überraschende Auskunft. Während auch diesbezüglich bislang konkrete Daten fehlen, legen die üblicherweise gewaltfreie Präsentation, simplifizierte Mechaniken und stilisierte, niedliche Ästhetik von Cozy Spielen wie *Animal Crossing* die Vermutung nahe, die primäre Zielgruppe seien Kinder, im Speziellen

junge Mädchen. Tatsächlich berichtet Hisashi Nogami, Erfinder der Reihe, jedoch, dass die meisten der Spieler:innen des aktuellen Ablegers, *AC:NH*, zwischen 20 und 30 Jahren alt seien (vgl. Gibson 2020).

Grund für die hohe Diskrepanz zwischen diesen Aussagen und den zuvor erarbeiteten Erkenntnissen der geschlechtsspezifischen präferierten Motivation und Genres, die weibliche Spielerinnen und nicht-binäre Personen als primäre Zielgruppe verorten, könnte sein, dass die Daten von Quantic Foundry veraltet sind (2016 und 2018) und vor dem Erscheinen von *AC:NH* 2020 und damit *vor* dem Auftreten der Cozy Games Trendbewegung erhoben wurden, durch die sich sowohl Vielfalt als auch Popularität von Cozy Games nennenswert erhöhte. Männliche Spieler, die noch 2016 *keinen* Kontakt zu Cozy Games hatten und gänzlich andere Vorlieben besaßen, könnten inzwischen zu Spielern von Cozy Games geworden sein. Diese Diskrepanz macht spezifische Datenerfassung bezüglich der aktuellen Zielgruppe von Cozy Games notwendig. Die deutliche Prädisposition für Cozy Games aufgrund von Motivations- und Genrepräferenzen von Frauen und nicht-binären Personen bleibt dennoch bestehen. Des Weiteren zeichnet sich die Tendenz ab, dass zumindest vor allem Cozy Game Online-Communities tatsächlich überwiegend aus Frauen bestehen (vgl. Campbell 2022b). Gezieltes Marketing für weibliche Spieler:innen kann gleichzeitig zum Brechen der Stigmatisierung bezüglich der von Männern dominierten Gamingkultur zuträglich sein. Dennoch sollte die Konsequenz eines *gespiegelten Effekts* vermieden sein, indem Cozy Games vor allem als Spiele-Kategorie für Frauen betrachtet werden. Diese Entwicklung würde maßgeblich *gegen* die bewusste Priorisierung von Inklusivität sprechen, die viele Cozy Games vertreten. Denn letztendlich ist Coziness laut Campbell etwas „das wir *alle* genießen“ (Campbell 2022b).

5.2 Game Design Prinzipien in Cozy Games

5.2.1 Cozy Mechaniken: Simplifizierung und Beschönigung komplexer Systeme

Um die Merkmale des Game Designs von Cozy Games zu analysieren, ist es wichtig, die Besonderheiten des Mediums digitaler Spiele und die des Spielens selbst zu betrachten.

Die Philosophin Sybille Krämer beschreibt das Spielen als „Sphäre des Scheins“ und als „*Als-Ob*“-Situation, in der „eine bildhafte Sphäre des Symbolischen“ geschaffen wird (Krämer 2005 zitiert nach Schwingeler 2014. S. 136) Gleichzeitig bieten sie die Möglichkeit, „Handlungsweisen losgelöst“ von der realen Welt zu „erproben und Probleme zu lösen“ (vgl. Krämer 2009 zitiert durch Wimmer, Schmidt 2016 S. 255).

Der niederländische Kulturhistoriker Johan Huizinga prägte dafür den Begriff des „Magic Circles“, der „das Spielen als eine von der realen Welt abgeschnittene Aktivität“ versteht

(Wimmer 2013 S. 157). Der Magic Circle liefert die Grundlage für eine freie und sichere Exploration von „sozialen Verbindungen und und emotionalem Ausdruck“ (Isbiste 2016 S. 116) und stellt damit die Grundlage für eine Cozy Erfahrung dar.

Crawford bezeichnet Spiele weiterhin als Gegenteil von Simulationen, da diese die Wirklichkeit nicht imitieren, sondern *reduzieren* (vgl. Crawford zitiert durch Günzel 2012, S.41). Diese Reduzierung trifft in besonderem Maße auf Cozy Games zu, da diese Aktivitäten mit realem Bezug auf eine äußerst simplifizierte Weise darstellen, die von einer hohen Symbolhaftigkeit geprägt ist. So werden arbeitsintensive, oft komplexe landwirtschaftliche Prozesse in *Stardew Valley* auf ihren innersten Kern komprimiert umgesetzt, wodurch sich leicht verständliche Gameplay-Aktivitäten und Systeme ergeben.

Der Prozess des Anbauens einer Nutzpflanze in *Stardew Valley* besitzt demnach nur wenige Schritte:

1. Ein fest bemessenes Erdquadrat auf Knopfdruck mit einer Hacke pflügen
2. Saat aussäen, optional düngen
3. Gießen
4. Schritt 3 täglich über einen bestimmten Zeitraum wiederholen
(Pflanze wächst in bis zu 6 visualisierten Wachstumsphasen)
5. Ernten

In der Realität komplexe Systeme werden also in Form leicht verständlicher Mechaniken in Cozy Games auf ihre *wesentliche Idee reduziert* und *simplifiziert*. Diese Unmittelbarkeit der Game-Mechaniken ermöglicht Spieler:innen das Gefühl von Kompetenz und Erfolg. Die durch die Reduzierung nicht gezeigten Zustände, die das Wachstum einer Pflanze im realen Leben durchlaufen würde, sowie ausgelassene komplexe Variablen, die den Erfolg einer Aktivität gefährden könnten, werden im Sinne der *Beschönigung* und der Cozy Erfahrung bewusst ausgelassen. Auf diese Weise ähneln Reduktion und Auslassungen den *Leerstellen*, ein Begriff, den der Literaturwissenschaftler Wolfgang Iser erstmals in Bezug auf den Rezeptionsvorgang beim Lesen etablierte. Leerstellen erfordern die Kompetenz von Lesenden, fehlende Informationen eigenständig anhand ihres Kontextes auszufüllen.

Iser sieht in Leerstellen dabei kein Manko für einen literarischen Text, sondern bezeichnet sie vielmehr als „elementaren Ansatzpunkt für seine Wirkung“ (Iser 1971 S.234 ff).

Ein ähnlicher Rezeptionsvorgang tritt auch beim Spielen von Cozy Games ein: Spielende sehen in der Auslassung spezifischer Informationen bei der Darstellung simplifizierter Prozesse kein Defizit. Stattdessen ergibt sich ein eigenes, neues Bild, das in seiner Idee trotz Simplifizierung als ganz und ausreichend empfunden ist. Um dies zu erreichen, muss jedoch je nach Genre und angestrebtem Gefühl beim Spielen eine stimmige Balance zwischen Reduktion und Erhalt der Idee gewährleistet sein. So könnte eine noch tiefere

Simplifizierung dazu führen, dass Prozesse im Anspruch ihres Kontextes (Landwirtschaftssimulationsspiel) als nicht mehr glaubhaft empfunden werden. Beispiel:

1. Samen in Erde setzen
2. Gießen
3. Sofortiges Wachstum ohne Wartezeit

Wird diese Balance gewahrt, profitieren simplifizierte Mechaniken neben schneller Zugänglichkeit von einer weiteren Ebene: Der Symbolischen. Wie in [Kapitel 4.1](#) bereits erwähnt, zeichnen sich Cozy Games durch die Verwendung starker Symbole aus. Anhand ihrer Reduktion und Beschönigung besitzen die Mechaniken in Cozy Games selbst einen betont starke Symbolhaftigkeit. Verstärkt wird ihr symbolisches Potenzial, wenn die *visuelle Gestaltung ebenfalls stilisierte Merkmale* aufweist. Eine realistische Grafik könnte eine Dissonanz zwischen Gameplay und Visualität bedeuten. „The actual world is not a good playground [...] when it is used unchanged [...]“ schreibt Espen Aarseth über die weniger befriedigende Spielerfahrung, wenn Orte der realen Welt in Spielen nicht den Bedürfnissen des Spiels angepasst werden. Diese Formulierung lässt sich auf die Entstehung des Cozy Gefühls übertragen: Die reale Welt und ihre Mechanismen sind nicht immer der ideale Ort für eine Cozy Erfahrung, doch ihre Essenz dient als maßgebliche Inspiration für die Erschaffung einer *virtuellen Idealversion*. Das Ziel des Game Designs von Cozy Games ist es, nicht Realismus zu erzeugen, sondern komplexe Ideen und Systeme in eine vereinfachte und idealisierte Spielsituation zu überführen, die einen hohen symbolischen Wert besitzt. Dies schafft die Grundlage für eine Cozy Erfahrung

5.2.2 Design für Emotionen

Nick Popovich, Entwickler des Cozy Spiels *Slime Rancher*, betont in einem Vortrag, dass die wichtigste Frage im Designprozess ist, was Spieler:innen *fühlen* sollen (vgl. Popovich 2019). Da die Cozy Erfahrung vor allem ein emotionales Empfinden beim Spielen von Cozy Games darstellt, spielt Design mit dem Ziel von Emotionen eine besonders bedeutende Rolle. Emotionen und mentale Zustände, die die Cozy Erfahrung bestärken, sind beispielsweise Ruhe, Entspannung, Empathie, Freude, Neugier, Nostalgie, und natürlich die namensgebende „Gemütlichkeit“, wohingegen starke Erregung, Angst, Frustration, Stress und Überwältigung die Cozy Erfahrung negativ beeinflussen.

Der Narrative Designer Andrew Walsh betont, „dass Emotionen *interaktiv* sind“, was Videospiele als interaktives Medium zu der idealen Grundlage zum Erzeugen von Emotionen macht. Er begründet dies so: „By looking at emotion as interactive, as something to interpret,

you can go forth and help the player to fall in love, cry, hope, dream, explore and another thousand motions all by keeping them in the game“ (Walsh 2022).

Dies gelinge laut Walsh allerdings nur dann, wenn Emotionen *gezeigt* anstatt *erklärt* werden⁴⁸ (vgl. ebd. 2022). Als Beispiel nennt er die Situation, wenn Spieler:innen per Knopfdruck einen Hund streicheln können. Anstatt diese Funktion mit „Drücke X um glücklich zu sein“, zu untertiteln, hält er eine Formulierung wie „Drück X um den Hund zu streicheln“ für sinnvoll, um diese Emotion bei Spielenden zu erzeugen (vgl. ebd. 2022). Ein Spiel, das dieses Prinzip nicht konstant anwendet, ist der Cozy Farmingsim *Fae Farm*. Ziel der Entwickler:innen ist es, dass das Spiel als „cozy“ beziehungsweise „gemütlich“ wahrgenommen wird, was als direktes Zitat aus dem Beschreibungstext des Titels auf dessen Verkaufsseite hervorgeht.⁴⁹ Dies hat zur Folge, dass das Wort „cozy“ mehrfach innerhalb des Spiels verwendet wird. So bewirkt das Platzieren bestimmter „Cozy Einrichtungsgegenstände“ die Erhöhung bestimmter Character-Stats, wie Gesundheit oder Ausdauer. (Abb.45)



Abb.45 Einrichtungsgegenstände für den Coziness-Score in *Fae Farm*

Des Weiteren werden Spielende schon zu Beginn des Spiels von der gastfreundlichen Bürgermeisterin mit einer direkten Beschreibung des Handlungsort, Azoria, begrüßt, die die Insel einen „wundervollen, magischen Ort gefüllt mit vielen cozy Freunden“ nennt. (Abb.46) Während dies als selbstreferentieller Versuch des Mediums gesehen werden kann, seine angestrebten Gefühle der „Coziness“ bezüglich der Welt und der Gemütlichkeit klar zu vermitteln, so ist es fraglich, ob das Einschränken der Kreativität und Individualität beim Einrichten des Hauses zugunsten von Boni der Cozy Erfahrung nicht eher schadet, als sie zu

⁴⁸ “Show don’t tell” ist ein weitläufiger Leitsatz für Autor:innen, bei dem Sichtweisen, Charaktereigenschaften, Standpunkte etc. nicht objektiv beschrieben, sondern Lesenden anhand von Dialogen und Handlungen vermittelt werden sollen

⁴⁹ https://store.steampowered.com/app/2230110/Fae_Farm/

stärken. Des Weiteren widersprechen diese direkten Benennungen des Zustands „Coziness“ dem „Show, don't tell“-Prinzip, das Walsh als essentiell für das Auslösen von Emotionen sieht. Anstelle die Coziness zu *erklären*, sollte sie *vermittelt* werden. Dies wird durch die Nutzung starker Symbole ermöglicht, die das Gefühl metaphorisch repräsentieren. Beispiele hierfür wären ruhige Musik, harmonische Farben, langsame Gameplay Aktivitäten, Heißgetränke, Bücher, Kissen, Decken, Regen an der Scheibe, warme/indirekte Beleuchtung (Kerzen, Kaminfeuer, Lagerfeuer, Lichterketten usw.,siehe [Kapitel 6.4](#)). Denn kein Spiel hat die Kontrolle darüber, ob Spieler:innen tatsächlich eine intendierte Emotion fühlen. Jedoch sind sie dazu in der Lage, die nötigen Strukturen zu bieten, um diese zu erzeugen.



Abb.46 Willkommensgruß in *Fae Farm*

5.2.3 Pacing und Kontrolle

In Videospiele bezieht sich *Pacing* auf das Tempo oder den Rhythmus, mit dem das Spielgeschehen fortschreitet. Es umfasst sowohl die narrative Abfolge von Ereignissen, als auch die Intensität von Gameplay-Elementen in Kontrast zu Momenten der Ruhe.

Pacing, das als zu schnell empfunden wird, kann das Gefühl von Überforderung bei Spielenden auslösen. Zu langsames Pacing hingegen führt zu Langeweile und damit zu der emotionalen Entkopplung vom Spiel. Ein gut ausbalanciertes Pacing ist demnach wichtig, um sicherzustellen, dass Spieler:innen ein angenehmes Spielerlebnis erfahren. Da das angestrebte Pacing eines Spiels stark durch grundlegende Genrekonventionen geprägt wird (so besitzen Puzzle-Spiele im Vergleich zu Action-Shootern ein gänzlich anderes Grund-Pacing) erfordert die Betrachtung hinsichtlich Cozy Games, die viele verschiedene Genres umfassen können, eine spezifische Betrachtung

Neben Angst und Unsicherheit sehen Mizin und Petrov „Stress, Hast und Druck“ als Faktoren, die Gemütlichkeit negieren beziehungsweise diese gar nicht erst entstehen lassen (Mizin, Petrov 2021 S.53). Das Auslösen dieser Emotionen wird mithilfe von *Freiheit* als Prinzip im grundlegenden Game Design von Cozy Games vermieden. Erfolgreiche Cozy Games wie *Stardew Valley* und *Animal Crossing* bieten Spielenden die Freiheit, eigene Ziele individuell zu definieren und diese in ihrem eigenen Tempo zu erreichen. Handlungen können frei zu priorisiert werden, ohne dass eine fortschreitende Narrative den Spielablauf diktiert, oder auferlegte Aufgaben unter Zeitdruck erfüllt werden müssen. Die meisten Handlungen sind stattdessen rein optional. Bezogen auf die Differenzierung vom regelbasierten Spielen (*Ludus*) und offenem, spontanen Spielen (*Paidia*) nach Caillois (vgl. Wimmer 2013 S. 158) stellt diese Freiheit in Cozy Games wie *AC* und *SDV* ein interessantes Spannungsverhältnis zwischen beiden Prinzipien dar. Das Game Design bietet Spielenden hier Strukturen als Grundlage zum Spielen (*ludus*). Wie und in welcher Geschwindigkeit sie diese Strukturen nutzen, unterliegt ihrer vollen Freiheit (*paidia*). Als positiver Effekt für die Cozy Erfahrung wird so diegetischer Stress und Druck vermindert. Der Nintendo Producer Katsuya Eguchi spricht über diese Freiheit als Form von „positivem Stress“ in *Animal Crossing*:

„There are certainly things you need to take care of if you want to make a space that is all your own, that is your ideal space. (...) There are kind of 'have to do' things and there are certainly goals. Individual goals will differ. It's not just a leisure town. It's a town with a to-do list, but the to-do list shouldn't feel like bad pressure, if that makes sense. It's good stress, as opposed to real-world bad stress“ (Nutt 2023).

Zeitliche Handlungs-Einschränkungen, wie das Erlangen seasonspezifischer Fischarten beim Angeln sowohl in *Stardew Valley* als auch in *Animal Crossing*, scheinen zunächst gegen dieses Prinzip zu sprechen. Doch die Möglichkeit, diese *ohne Konsequenzen* stattdessen im nächsten oder auch übernächsten Jahreszyklus zu erlangen, verhindert das Aufkommen von unmittelbarem Druck. Stattdessen werden Handlungen auf diese Art bedeutungsvoller, da sie einen unmittelbaren Erfolg bedeuten - ohne dass Misserfolg schwerwiegende Konsequenzen bedeutet.

Bedürfnisorientierte Autonomie mithilfe wertfreier Formulierungen:

Das Cozy Craftingsimulationsspiel *My Time at Sandrock* (Pathea, 2023) gibt Spielenden nicht nur anhand der freien Priorisierung ihrer Aktivitäten Kontrolle über das Pacing, sondern indem es die Option bietet, die Länge eines In-game Tages bei Bedarf zu verlangsamen. Einer der Tipps zum Spiel, die zufällig in den Ladebildschirmen angezeigt werden, besagt: „Time passing by too quickly? Stressing you out? Go into options and increase the length of

days“ (Abb.47). Die Suggestion, dass das Spieltempo ein Faktor für Stress sein könnte belegt, dass Entwickler:innen von Cozy Games inzwischen mehr und mehr darauf bedacht sind, Stress und Druck zu vermeiden und Spieler:innen die freie Entscheidung zu lassen, wie sie das Spielgeschehen erleben wollen. Es handelt sich also um eine Funktion, die den *erlebten* Schwierigkeitsgrad anpassbar macht. Im Gegensatz zu vielen Spielen anderer Kategorien, wird die Verwendung wertender Begriffe wie „schwer“ oder „leicht“, jedoch vermieden, sodass Spielenden nicht suggestiv ihre Fertigkeiten abgesprochen werden. Neutrale Formulierungen dieser Art begünstigen das positive Gefühl von Autonomie, bei der bedürfnisorientierte Entscheidungen ohne die Last negativer Stigmatisierungen ermöglicht werden. Damit bieten sie ein hohes Potenzial für eine Cozy Erfahrung.

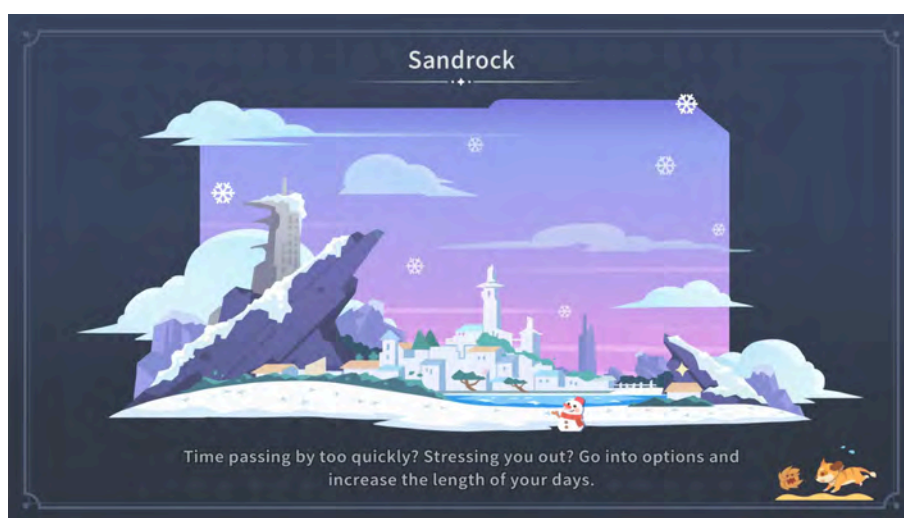


Abb.47 Tipp zum individuellen Einstellen der Tageslänge in *My Time at Sandrock*

Ruhepausen und virtuelle Achtsamkeit

Eine Besonderheit bezüglich des Pacing vieler Cozy Games ist, dass Spieler:innen nicht nur Kontrolle bezüglich ihrer Aufgabenpriorisierung besitzen, sondern auch über Perioden der Ruhe und der Erregung. In Spielen wie *Stardew Valley* unterliegt es der freien Entscheidung von Spieler:innen, ob sie stark stimulierende Aktivitäten, wie dem Bekämpfen von Monstern, oder reizärmeren Aktivitäten, wie Angeln, Kochen oder Dekorieren nachgehen wollen. Der *Kontrast* (siehe [Kapitel 4.2](#)), sowohl bezüglich der Intensität einzelner Gameplayelemente als auch zum möglichen Stress, den Spieler:innen im realen Leben empfinden, bestärkt das Eskapismus-Gefühl und die Cozy Erfahrung. Viele der Aktivitäten in Cozy Games sind dabei im Motiv der Alltagswelten verwurzelt (siehe [Kapitel 4.1](#)) und stehen in Bezug zu solchen, die im realen Leben als hygge gelten, wie Kochen und Backen. *Animal Crossing* *forciert* das Konzept der Ruhe sogar in seinen grundlegenden Pacing-Strukturen. Da die Zeit im Spiel synchron zu der Zeit im realen Leben verläuft, ist der *Progress*

(Fortschritt), den Spieler:innen an einem Tag machen können, limitiert. Es kann mehrere Tage dauern, bis ein Bauprojekt im Spiel umgesetzt wird oder Gebäude ein Upgrade erhalten. Game Designerin Jennifer Scheurle sieht in dieser temporären Limitierung den im Game Design verankerten „Zwang, runterzukommen und an den Blumen zu riechen“ (Scheurle 2020).⁵⁰ Die Priorisierung der Ruhe äußert sich auch in kleinteiligen Elementen des Game Designs.. So bietet *AC:NH* Spieler:innen die Möglichkeit, im Gras zu sitzen und „nichts“ zu tun. (Abb.48)



Abb.48 Sitzen in *Animal Crossing: New Horizons*

Dabei handelt es sich um rein intrinsisch motiviertes Handeln, ohne Ausblick auf eine extrinsische Belohnung (vgl. Hodent 2017 S.65). Hodent bezeichnet Spielen (Anm: im Sinne des freien Spielens/ *paidia*) als Beispiel für eine grundlegend intrinsisch motivierte Aktivität (vgl. ebd. 2017 S.65), jedoch sind die meisten Gameplay-Elemente in Spielen durch Ausblick auf Belohnungen und Progress extrinsisch motiviert. Dies macht intrinsisch motivierte Aktivitäten zu einer Besonderheit. Durch das Sitzen in *Animal Crossing* werden keine Statuswerte erhöht und keine Gesundheit wiederhergestellt. Stattdessen ist die Spielfigur umgeben vom Wiegen der Blumen im Wind, dem Rauschen der Blätter und Plätschern des Baches. Es wird eine kleine *virtuelle Utopie* der Erholung und Entspannung geschaffen, deren einzige intrinsische Motivation das „*Sein* im Moment“ ist. Damit ergeben sich Parallelen zu dem bereits erwähnten Ansatz der *Leere* (Japanisch: *ma*) in Studio Ghibli Filmen (siehe [Kapitel 3.2](#)). Weiterhin besteht Ähnlichkeit zum Konzept der *Achtsamkeit*, einer aus der buddhistischen Religion stammende Praktik, bei dem die Aufmerksamkeit „bewusst auf den aktuellen Moment gelenkt wird und die mit einer offenen und akzeptierenden

⁵⁰ Diese *forcierte Ruhe* kann hingegen auch als *Verlust* der Freiheit und Kontrolle von Spieler:innen gesehen werden. Als Konsequenz hebeln einige Spieler:innen das Echtzeit-Prinzip durch „Zeitreisen“ aus, eine von den Entwickler:innen tolerierte Methode, um Datum und Uhrzeit im Spiel durch das Verstellen der systeminternen Uhr der Nintendo Switch zu beeinflussen. Kritiker:innen bezeichnen diese Methode als „cheating“, wobei diese Freiheit, das Pacing selbst zu bestimmen, Spieler:innen im Sinne einer Cozy Erfahrung gegeben sein sollte.

Grundhaltung gegenüber eigenen Erfahrungen, Gedanken und Gefühlen einhergeht“ (Bishop et al., 2004 zitiert durch Blanke, Brose 2017). Achtsamkeit ist gerade in den letzten Jahren eine beliebte Strategie zur Reduzierung von Stress und zum Regulieren von Emotionen geworden.

Dass das Spielen von Cozy Games Ähnlichkeit zu den Effekten der Achtsamkeit haben kann, zeigen aktuelle Studien. Desai et. al belegen diesbezüglich 2021, dass das Spielen des Cozy Games *Flower*⁵¹ ähnliche positive Effekte zum Vermindern von Stress bewirkt, wie Achtsamkeitsmeditationsübungen (Desai et al 2021 S.573), indem körperliche Stressreaktionen wie Blutdruck und Herzfrequenz gesenkt werden (vgl. ebd. 2021 S. 569).

Das Spiel *My Time at Sandrock* hingegen erweitert die intrinsisch motivierte Gameplay-Aktivität des Sitzens um eine extrinsisch motivierte Komponente:

Hier wird der Ausdauerwert eines Charakters durch das Sitzen auf „bequemen Möbeln“ erhöht⁵², Spielende erhalten also eine Belohnung. Es ist diskutabel, inwiefern die Effekte der Achtsamkeit noch anwendbar sind, sobald aus einer initial intrinsisch motivierten eine extrinsisch motivierte Aktivität wird. Laut Hodent kann das Hinzufügen einer extrinsischen Belohnung zu einer zuvor rein intrinsisch motivierten Handlung das Überschatten der intrinsischen Motivation zur Folge haben (vgl. Hodent 2017 S. 66). Würden Spieler:innen, die ihre Spielfigur in *Animal Crossing* gern im Gras oder auf Möbeln sitzen ließen also nun *My Time At Portia* spielen, besteht die Gefahr, dass die zuvor rein intrinsische Motivation bei der Ausübung dieser faktisch identischen Aktivität verloren geht.

Dennoch bieten Gameplay-Elemente wie diese Spieler:innen die Möglichkeit, das Pacing eines Spiels autonom zu kontrollieren und *frei* zwischen *Perioden der Ruhe* und der *Erregung* zu wechseln. „If you don't build downtime in your game, they players will seek downtime outside of it“ beschreibt Raylene Deck, Designerin bei Bungie die Bedeutung von Ruhepausen (Deck 2019). Die Kontrolle über das Pacing eines Spiels stellt daher eine Form des Kontrastes dar. Die Kontrolle über diesen Kontrast macht die Spielintensität bedürfnisorientiert anpassbar und stärkt die Cozy Erfahrung.

Spielzeit:

In einer Welt, in der gerade erwachsene Spieler:innen oft wenig freie Zeit haben, wird die Kritik an zu langen und komplexen Spielen, die die Zeit von Spielenden „nicht respektieren“ immer lauter. Für viele stellt dies einen wichtigen Grund bei der Selektion von Titeln dar.⁵³ Das Pacing vieler Cozy umfasst auch die Tatsache, dass die Spielzeit in der Regel keine langen, intensiven Sitzungen umfassen muss. Spieler:innen können nur wenige Minuten am

⁵¹ ein Spiel, in dem Spieler:innen den Wind steuern und Blütenblätter durch die Luft wirbeln lassen

⁵² <https://thenerdstash.com/my-time-at-sandrock-how-to-recover-and-increase-stamina/>

⁵³ <https://www.pcgamer.com/do-games-have-enough-respect-for-your-spare-time/>

Tag in ihre virtuelle *Animal Crossing*-Welt investieren, die In-Game-Tage im *Stardew Valley* sind kurz genug, um zwischendurch wenige Minuten zu spielen, mit der optionalen Freiheit, längere Spielsitzungen zu unternehmen. Das macht die Spielzeit von Cozy Games sehr *flexibel* und lässt sie die Zeit der Spieler:innen im Besonderen Maße respektieren.

Diese Flexibilität trägt zur Cozy Erfahrung bei. Die Nintendo Switch, als von Cozy Spieler:innen präferierte Plattform, bietet mithilfe des Standby Modus zudem die Möglichkeit, Spiele zu jedem beliebigen Zeitpunkt zu pausieren und bei Bedarf wieder aufzugreifen, was den Faktor der flexiblen Spielzeit um eine weitere Komponente erhöht.

5.2.4 Routinen

Sowohl in *Harvest Moon*, *AC* als auch *SDV* stellen routinierte Aktivitäten einen besonders ausgeprägten Teil des Game Loops dar. In diesen Spielen können Spielende angeln, Pflanzen gießen, mit Charakteren reden, Dinge herstellen und sammeln. Verurzelt sind diese Aktionen dabei häufig in Motiven des Alltags und des täglichen Lebens (siehe hierzu [Kapitel 4.1](#)) Benti und Stadtman beziehen sich auf Avni-Babad, indem sie sagen, dass „Menschen mehr Gefühle von Sicherheit, Komfort, Selbstbewusstsein und Kontrolle entwickeln, während sie wiederholende Routinen ausüben“ (Benti, Stadtman 2021, S.1174 in Bezug auf Avni-Babad, 2011). Strukturen, Routinen und Alltag lösen also positive Gefühle in uns aus. Als leitendes Motiv für Cozy Games ergibt sich in Gameplay-Elementen des Alltags demnach ein sehr hohes Potenzial für eine Cozy Erfahrung. Routinierte Prozesse führen weiterhin zu einem graduellen Fortschritt im Spiel: Wiederholtes Umsorgen der Pflanzen lässt sie wachsen, wiederholtes Interagieren mit Charakteren vertieft die Beziehung zu ihnen. Da die bereits erwähnten Titel im Besonderen als Vorbilder für nachfolgende Cozy Games gelten, werden ihre Grund-Mechaniken immer wieder repliziert und teilweise nur marginal anhand des Settings modifiziert, sodass ein *Gefühl der Vertrautheit* beim Spielen neuer Titel eintritt. So beschreibt Popovich, Entwickler des Cozy Spiels *Slime Rancher*, dass etablierte Mechaniken aus Farming-Spielen auf das Sammeln und Umsorgen von Schleimmonstern übertragen wird: „Slime Rancher is a weird concept played in a familiar way, wrapped in a familiar theme. Two of three battles are already won“ (Popovich 2017). Spielende finden so einen leichten Einstieg in ähnliche Titel, während das Gefühl der Vertrautheit positive Wirkung auf die Spielerfahrung hat.

Während das Gefühl der Vertrautheit und die Etablierung von Routinen eine starke Grundlage für eine Cozy-Erfahrung bieten, ist es entscheidend, dass der wiederkehrende Game Loop keine Langeweile hervorruft. Game Designerin Raylene Deck stellt bezüglich des Designs für Wiederholung fest: „If you don't account for a repetition in your activity from the beginning it only takes one or two replays to quickly lose excitement“ (Deck 2019). Spiele

wie *SDV* und *AC*, die viele Gameplay-Elemente vereinen, verringern das Risiko der Langeweile durch Varianz und die Möglichkeit, frei über Aktivitäten zu entscheiden.

Kritik an Routinen und die Gefahr von Playbour:

Doch selbst im Falle von *Animal Crossing* äußern Kritiker:innen die Gefahr, dass das wiederholte Spielen der Routinen zu *Playbour* (eine Verbindung aus den englischen Wörtern „Play“ für Spiel und „Labour“ für Arbeit) führen kann (vgl. Jin kim 2014 S.1).

Wimmer und Schmidt sprechen diesbezüglich in Bezug auf Yee von einer „Ironie“, indem die Spielroutinen als „Fluchtwelt von den Arbeitsroutinen des Alltags“ selbst „von arbeitsähnlicher Natur sind“ (Wimmer, Schmidt S. 266 in Bezug auf Yee 2009). Es steht zur Debatte, ob dieser Effekt durch die thematische Verwurzelung vieler Cozy Games in Alltagsmotiven anhand des Spiegelns real-ökonomischer Systeme, wie dem Verdienen von Geld, dem Abzahlen von Schulden (ein primäres Gameplay-Element in *Animal Crossing* Spielen) und den Verkauf von Gütern, nicht verstärkt wird. In Bezug auf die Cozy Erfahrung ist anzunehmen, dass diese nur so lange bestehen bleibt, wie sich das Spielen nicht wie eine *Art der Arbeit* anfühlt. Die Vertrautheit von Routinen des Alltags kann die Cozy Erfahrung demnach stärken, oder aber potenziell schwächen. Um dem vorzubeugen, betont Kurt Squire, Professor an der University of California die Wichtigkeit neuer Erfahrungen: „One of the key research findings is that part of what makes cozy games good for us is having a new experience“ (Bardhan 2023). Die Schaffung neuer Impulse könnte durch die zu beobachtende Diversifizierung des Cozy Games Genrekanons begünstigt werden. Spiele wie *Stardew Valley* hingegen ermöglichen diese in Form konstanter kostenloser Updates, auch noch über zehn Jahre nach Release.⁵⁴

5.2.5 Schwierigkeit

Die stilisierte, gewaltfreie Optik vieler Cozy Games (siehe [Kapitel 6](#)) in Verbindung mit Motiven wie Natur, Alltag und Erholung begründet das Vorurteil vieler Kritiker:innen, dass Cozy Games *immer einfach* sind. Dieses Vorurteil teilen sie im Besonderen mit Casual Games, denen ebenfalls eine (zu) geringe Schwierigkeit im Vergleich mit Hardcore Games nachgesagt wird (vgl. Juul 2012 S.39ff) . Doch entgegen dieser Stigmatisierung bevorzugen auch Casual Gamer:innen einen fordernden, progressiv steigenden Schwierigkeitsgrad und bewerten Spiele sogar negativer, in denen sie nie verlieren (vgl. ebd. S.40ff). Juul fasst dies so zusammen: „Casual games are easy to learn, but difficult to master“ (ebd. S. 41). Diese Prinzipien lassen sich auf Cozy Games übertragen. Sie zeichnen sich im Vergleich zu

⁵⁴ https://stardewvalleywiki.com/Version_History

anderen Spielen mit einfachem *moment-to-moment* Gameplay aus, das leicht zu erlernen ist, bieten aber dennoch Möglichkeiten zur Steigerung der eigenen Fähigkeiten (zum Beispiel beim Fangen von seltenen Fischen in *Animal Crossing*, das häufig Übung erfordert) und steigendem Anspruch (zum Beispiel die Stärke der Monster in *Stardew Valley*).

Sie unterscheiden sich jedoch vor allem hinsichtlich der *Konsequenzen* für Misserfolg und Fehler. Der Charakter-Tod als gravierendste Ausprägungsform von Konsequenzen/ Bestrafung in Videospiele anderer Kategorien ist in Cozy Games nur selten.

Stattdessen werden euphemistische Konsequenzen wie Ohnmacht verwendet. Beim Stich durch eine Tarantel wird die Spielfigur in *AC* beispielsweise lediglich bewusstlos und wacht vor dem eigenen Haus wieder auf. Wird der eigene Charakter in *SDV* von Monstern besiegt, geschieht dasselbe, unter Bezahlung einer geringen In-Game-Gebühr und dem Verlust zufälliger Items. Restriktionen im Game Loop ergeben sich auf subtilere Art, wie durch individuelle Öffnungszeiten von Läden im Spiel oder die saisonale Verfügbarkeit von Items. Es gibt also sowohl Loose-States, als auch Einschränkungen, um Entscheidungen der Spieler:innen bedeutungsvoll zu machen. Misserfolg wird jedoch nicht hart bestraft. Spieler:innen werden durch moderate, symbolische Konsequenzen stattdessen ermutigt, es erneut zu versuchen. Robert Tatnett, Solo-Entwickler des Cozy Spiels *Hokko Life*, das stark von der *Animal Crossing* Reihe inspiriert wurde, berichtet in einem Interview über das Design von Schwierigkeit:

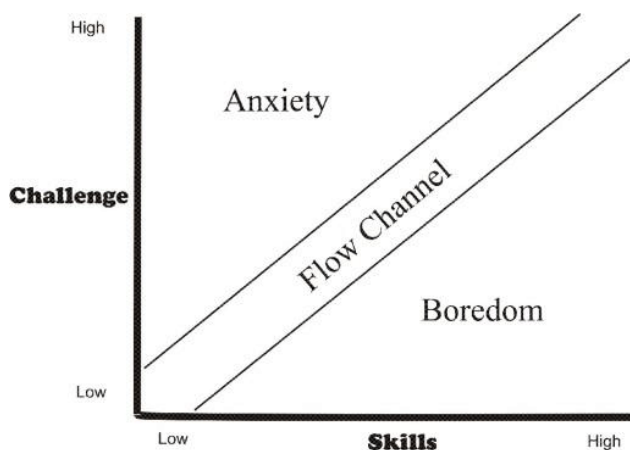
„When I was designing Hokko Life, I played around with the idea of the player having limited stamina which needed to be replenished. But it felt too stressful. Punishing the player by saying 'oh, you went too far' or 'you did too much'. That's not what cozy games are about, which is escaping stress triggers and relieving threats, peril and stress“ (Campbell 2022b).

Diese Merkmale bezüglich des Schwierigkeitsgrads entsprechen der Einordnung der Bedürfnisse und Motivationen von Cozy Spieler:innen in das *Gamer Motivation Profil* von Quantic Foundry, die sowohl am niedrig ausgeprägten Ende der Challenge- als auch Strategieaspekte verortet sind. Spontanes Spielen und leicht zugängliches Gameplay ohne die Hürden konkreter Fähigkeiten-Barrieren werden Gameplay vorgezogen, das komplexe Strategieentwicklung sowie steile Lernkurven und Erlangen skill-basierter Mechaniken erfordert (siehe [Kapitel 5.1.2](#)). Entscheidend ist hier also eine Balance der Schwierigkeit verschiedener Gameplay-Elemente. Auch hier kommt die in [Kapitel 5.2.3](#) bereits erwähnte *Freiheit und Kontrolle*, die Spieler:innen in Cozy Games über die Priorisierung einzelner Aufgaben haben, zum Tragen. Die Optionalität, Herausforderung anzunehmen, ermöglicht ein sehr individuell ausgewogenes Spielerlebnis, bei dem Frust vermieden wird. Daher stellen diese Grundsätze der Freiheit und Kontrolle einen sehr effektive Grundlage für das Erreichen einer Cozy Erfahrung sowie des *Flow-Zustands* dar.

Der Flow-Begriff wird als signifikanter Faktor für das *besonders intensive Erleben* von Videospielen verwendet. Die Flow-Theorie geht dabei auf den ungarischen Psychologen Mihály Csíkszentmihályi zurück und beschreibt den Zustand des völligen Aufgehens in einer Tätigkeit. Bedingung dafür ist, dass „eine Aufgabe im Bereich der Leistungsfähigkeit des Ausführenden liegt“ und ein Gleichgewicht „zwischen den Handlungsanforderungen und den eigenen Fähigkeiten“ herrscht (Csíkszentmihályi 1987 zitiert nach Mosel 2016 S. 162).

Mao et al. beschrieben Flow als einen „geistigen Zustand, in dem Personen komplett in eine bestimmte Tätigkeit eintauchen, ohne Zeitgefühl, Müdigkeit und andere irrelevante Belange“ (Mao et al. 2020 S.2) Bezüglich der positiven Auswirkungen auf das mentale Wohlbefinden stellen Mao et al. in einer Studie mit chinesischen Studierenden fest, dass eine produktive Flow-Erfahrung Ängste durch eine positive Beeinflussung des Selbstwertgefühls mindern kann. Zudem kann sie die (akademische) Selbstwirksamkeit erhöhen, was wiederum das Selbstwertgefühl stärkt (vgl. Mao et al. 2020, S. 13).

Bedingung für das Erreichen des Flow-Zustand ist jedoch ein Gleichgewicht zwischen den eigenen Fähigkeiten und Anforderungen, und dass diese objektiv eingeschätzt werden können (vgl. Mosel S. 163). Ein Ungleichgewicht kann negative Emotionen zur Folge haben. Übersteigen die Anforderungen einer Aufgabe die eigenen Fähigkeiten, so „empfindet die Person Besorgnis oder Angst“ (Mosel 2016 S. 163). Umgekehrt ist Langeweile die Folge, sollte die Fähigkeiten das Anforderungsniveau übersteigen (vgl. ebd. 2016 S. 163, Abb.49).



The Flow. After Mihaly Csikszentmihalyi, *The Flow* (1990), p. 74

Abb.49 Flow-Theorie-Diagramm nach Csíkszentmihályi

Damit besitzen Cozy Games wie *Animal Crossing* und *Stardew Valley* ein sehr hohes Flow-Potenzial, da Herausforderungen durch Spieler:innen selbst priorisiert und den eigenen Bedürfnissen angepasst werden können. Bezüglich der Empfinden einer optimalen Anforderung der Combat-Mechaniken im Spiel *Fae Farm* berichtet die YouTuberin MRIZ in ihrem Review über das Spiel:

„So far I am really enjoying the combat in the mines. It's not too overwhelming, it doesn't take away from the coziness of the game. It's not too hard, but it's not too simple. I think it's the perfect middle ground for a cozy game.“ (MRIZ, 2023)

Da das individuelle Empfinden von Schwierigkeit je nach Person variiert, kann es hilfreich sein, Spieler:innen Kontrolle über die Parameter der Schwierigkeit zu geben. Wie auch im Falle der Tageslänge in *My Time at Sandrock* sollte dies jedoch anhand nicht-wertender Formulierungen geschehen (siehe [Kapitel 5.2.3](#)), um Spieler:innen ihr Kompetenzgefühl nicht abzustreiten.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass Cozy Games nicht per se einfach sind, sondern auch Spieler:innen von Cozy Games das Gefühl von Forderung durch Verwendung moderater Konsequenzen bevorzugen, damit eigene Handlungen und Entscheidungen bedeutsam bleiben. Konsequenzen sollten dabei nachvollziehbar, aber nicht zu schwerwiegend sein. Das ideale Game Design zugunsten der Cozy Erfahrung zeichnet sich weiterhin durch leicht zugängliches Gameplay aus, das nicht von steilen Lernkurven geprägt ist. Design für Freiheit und Kontrolle der Spielenden stellt dabei eine besonders effektive Grundlage für das Empfinden des Flowzustands dar. Die Cozy Erfahrung in Bezug auf die Schwierigkeit ergibt sich also durch eine ausgewogene Balance zwischen Forderung und Kompetenzermpfinden von Spielenden. Besonders nützlich können dementsprechend Möglichkeiten für Spielende sein, die Schwierigkeit einzelner Gameplay-Komponenten individuell und wertfrei anzupassen.

5.2.6 Erfolg und Progress

Messbarer Erfolg:

Das Gefühl des Erfolgs beim Spielen geht laut Huizinga auf das Gefühl „des Sieges im Wettkampf gegen einen Kontrahenten zurück“ (Huizinga 1994 zitiert durch Runzheimer 2016 S. 122f) Da Cozy Games die Sozialmotivation von Spieler:innen aber anhand *non-kompetitiver* Merkmale erfüllen (siehe [Kapitel 5.1.2](#)), und ohne Verwendung ähnlicher quantitativ vergleichbarer Maße (Siege, Ränge, Punkte), ergeben sich für das Empfinden von Erfolg eigene Herausforderungen beim Game Design von Cozy Games.

Am Beispiel von *Animal Crossing: New Horizons* geschieht dies durch eine Balance zwischen *langfristigen* und *kurzfristigen* Aufgaben, die Spielende optional verfolgen können, um Nook-Meilentickets (eine In-Game-Währung) zu erhalten. (Abb.50)

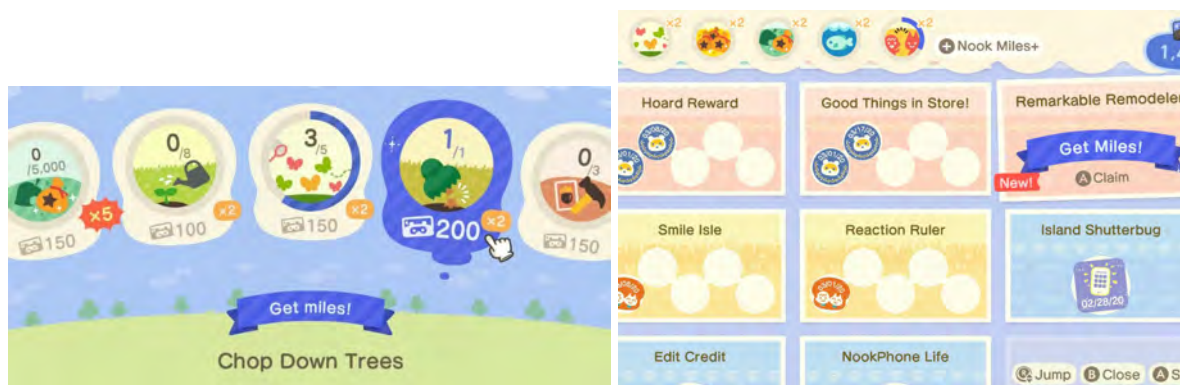


Abb.50 Kurzfristige und längerfristige Aufgaben in *Animal Crossing: New Horizons* (Nook-Meilen)

Sammeln:

Das *Sammeln* verschiedener Items (Fische, Insekten, Möbel, Kleidung, Fossilien, Kunstwerke, Muscheln, Früchte) stellt ein grundlegendes Routine-Gameplay-Element in vielen Cozy Games dar (siehe [Kapitel 5.2.4](#)). Auch anhand dieser Mechanik ergibt sich ein großes Potenzial für sowohl kurz- als auch langfristige Ziele. Die *Animal Crossing* Reihe hat schon im ersten Teil das *Museum* als öffentliches Gebäude etabliert, dem Spieler:innen freiwillig ihre gesammelten Fossilien, Fische, Insekten und Kunstwerke spenden können, um sie daraufhin ausgestellt bewundern zu können (Abb 51). Das Gefühl des *Fortschritts* und des *Erfolgs* für die anhaltende Arbeit/Routine des Sammelns wird durch die Ausstellung der Exponate sichtbar und damit auf eine neue Ebene gehoben. Das Museum, beziehungsweise sein Konzept in abgewandelter Form, wurde in vielen anderen Cozy Games nachgeahmt. Beispiele dafür sind *Stardew Valley*, *My Time at Sandrock*, *Coral Island* und *Story of Seasons: Pioneers of Olive Town*. Spiele mit diesem Konzept erfüllen dabei in hohem Maße die in [Kapitel 5.1.2](#) benannte *Completion*-Motivation vieler Cozy Spielerinnen. Selbst das eigene Haus (oder die ganze dekorierbare Insel in *AC:NH*) kann diese Funktion erfüllen. Indem Spieler:innen Items und Möbel sammeln und diese nach eigenem Bemessen platzieren, schaffen sie eine individualisierte, kuratierte Visualisierung ihres eigenen Geschmacks, was das Gefühl von Erfolg in Form von *Selbstwirksamkeit* bewirkt.

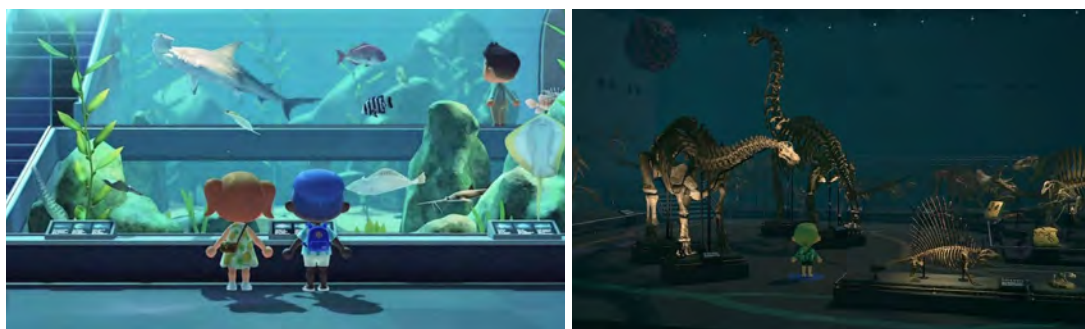


Abb.51 Ausgestellte Exponate im Museum in *Animal Crossing: New Horizons*

Kontrolle und Vorhersehbarkeit:

Auch in Bezug auf das Empfinden von Erfolg und Fortschritt spielen die Freiheit und Kontrolle der Spieler:innen eine bedeutende Rolle, da sie in Spielen wie *Animal Crossing* und *Stardew Valley* die Möglichkeit haben, ihre eigenen Lang- und Kurzzeit-Ziele zu priorisieren. Das Ermöglichen einer Balance motiviert, reguliert aber gleichzeitig ein mögliches Frustrpotential durch das Gefühl der Überforderung. Weiterhin ergeben sich individuell motivierte Spannungsverhältnisse aus unmittelbar erreichbaren Erfolgen durch die Erfüllung kurzfristiger Ziele, die als positive Bestätigung während des Spieles fungieren, sowie langfristiger Zielen, die für Langzeitmotivation und Wiederspielwert sorgen. Dabei ist es wichtig, dass einzelne Ziele für Spieler:innen stets klar und vorhersehbar sind, um das Gefühl von Überforderung zu vermeiden. Dies lässt sich daran erkennen, dass Spieler:innen von Cozy Games wie *Stardew Valley* oftmals externen Guides/ Wikis nutzen⁵⁵ um sich selbst ein maximal vorhersehbares Spielerlebnis zu ermöglichen. Daher steht zur Debatte, inwiefern das Design von Cozy Games wie *SDV* bereits vorhersehbar genug ist, um keine extradiegetischen Mittel zu erfordern. Produktives Cozy Game Design bietet also klare Strukturen zum Erreichen von Zielen - ob, wann und in welcher Geschwindigkeit diese erfüllt werden, unterliegt dabei der Kontrolle der Spieler:innen.

Langzeitmotivation:

Während narrativ abgeschlossene Cozy Games wie *Unpacking* und *Wytchwood* eine klar definierte Spielzeit besitzen, spielt Langzeitmotivation in Endlosspielen wie *AC* und *SDV* eine besondere Rolle. Diese besitzen kein narrativ bedingtes Ende und damit keinen messbaren Abschluss des Spiels. Stattdessen haben Spielende die Möglichkeit, beliebig viel Zeit in einen Spielstand und dessen Fortschritt zu investieren. Sollten alle messbaren Mechaniken zum Messen des Spielfortschritts aufgebraucht sein (beispielsweise durch die Komplettierung des Museums in *AC*) kann Langzeitmotivation durch das Setzen und Verfolgen eigenständiger, längerfristiger intrinsisch motivierter Ziele (zum Beispiel das Gestalten der eigenen Insel in *Animal Crossing*) erhalten bleiben. Das Setzen eigenständiger Ziele in *AC:NH* hat laut Benti und Stadtmann sogar einen positiven Einfluss auf die Erfüllung des Bedürfnisses nach Wertschätzung in Bezug auf Maslows Bedürfnishierarchie:

„The opportunity to set their own goals has a lasting motivational impact and results in higher confidence levels than the externally set goals. The aggregate impact can thus reflect the satisfaction of esteem needs in the real world“ (Benti, Stadtmann 2021 S. 1175).

⁵⁵

https://www.reddit.com/r/StardewValley/comments/s7m1mc/am_i_bad_at_the_game_or_is_the_wiki_just_necessary/

Je abwechslungsreicher die Gameplay-Möglichkeiten eines Spiels, desto mehr Potenzial bieten sie für das Setzen eigener Ziele.

Feedback:

Feedback in Videospielen meint Zeichen, die Spieler:innen als klar erkennbare Information bezüglich der Reaktion des Spielsystems auf ihre Handlung dienen (vgl. Hodent 2017 S.116) und ist daher mit dem Gefühl von Erfolg auf einer spezifischen, handlungsbezogenen und unmittelbaren Ebene verbunden. Feedback kann anhand von Text, Sound, Haptik und visuellen Effekten gegeben werden. Bestenfalls sollte *jede* Aktion ein direktes Feedback auslösen, damit Spielende die Klarheit über das Spielgeschehen und ihre Möglichkeiten behalten. *Stardew Valley* verwendet vor allem visuelles und auditives Feedback beim Sammeln von Ressourcen, um Spielenden ein besonders „befriedigendes“ Gefühl zu geben. Die Soundeffekte sind so beliebt, dass online ASMR⁵⁶-Videozuschnitts vom Ernten großer Mengen Gemüse und Obst existieren.⁵⁷ Feedback kann auch anhand von sozialen Reaktionen gegeben werden. Im Cozy Craftingsimulationsspiel *My Time At Sandrock* löst das Erfüllen handlungsbezogener Aufgaben das Kommentieren dieses Fortschritts von *allen* Charakteren anhand individueller Dialoge aus. Schreiben Spieler:innen den Bewohner:innen in *Animal Crossing* Briefe, so antworten sie *immer*, verschenken sie Items, erhalten sie im Gegenzug *jedes Mal* etwas zurück. Katsuya Eguchi, Producer bei Nintendo, betont die Wichtigkeit des Feedbacks in *Animal Crossing: New Leaf*:

„We also built into the game a feedback mechanism, where you're always getting feedback from within the game, from animals saying they like certain items and asking you if you'll trade with them, or playing with friends“ (Nutt 2013).

Feedback stellt also ein hilfreiches Mittel zum Erzeugen bestimmter Emotionen wie Kompetenz und soziale Zugehörigkeit dar und ist damit sehr effektiv zum Erzeugen einer Cozy Erfahrung..

5.2.7 Ästhetik und Selbstausdruck

Ästhetik und Selbstausdruck als Teil des Selbstentfaltungsmotivs stellen wiederkehrende Thematiken in vielen Cozy Games dar. Maslow ordnet das Bedürfnis nach ästhetischer

⁵⁶ ASMR = Autonome sensorische Meridianreaktion. ASMR-Aufnahmen sind ein beliebtes Konzept in der aktuellen Social Media Landschaft, bei dem als stimulierend und angenehm empfundene auditive Reize wie flüstern, auf Tastaturen schreiben usw. aufgenommen und geteilt werden

⁵⁷ <https://youtu.be/2s214IU0IWc?si=ApHNr4wPAXhIHfb>

Erfahrung in einer späteren Version seiner Bedürfnishierarchie 1970 als eines der Wachstumsbedürfnisse ein. Auch Quantic Foundry greift diese in ihrem *Gamer Motivation Model* als Design-Motivation auf, wobei eine hohe Ausprägung für den „Ausdruck von Individualität, anpassbare Avatare/Häuser und die vielfältige Auswahl von Skins und Accessoires“ spricht (Yee, Ducheneaut n.d. S. 18). Als Beispiel für eine Spielereihe mit hoher Anpassbarkeit wird im Modell *Animal Crossing* genannt. Tatsächlich bieten Cozy Spiele wie *Stardew Valley* und *Animal Crossing* vielfältige Möglichkeiten, individuelle ästhetische Präferenzen auszudrücken. Eine der häufigsten Funktionen bezüglich der visuellen Anpassbarkeit in Spielen, ist die Individualisierung der eigenen *Spielfigur* bezüglich Geschlechts, Aussehen und Kleidung. Die Möglichkeit der Anpassbarkeit begünstigt das Identifikationspotenzial mit einer Figur und steigt laut Reinecke und Klein, wenn diese dem/der Spieler:in optisch ähnelt (Klein, Reinecke 2016 S. 226). Besonders reizvoll sei Identifikation außerdem dann, wenn die Eigenschaften der Figur dem „idealen Selbst“ der spielenden Person besonders nahe kommen, was Reinecke und Klein als Streben nach dem „Wunsch-Ich“ bezeichnen (vgl. ebd. 2016 S. 226). In Cozy Games sind die Möglichkeiten zur Individualisierung, Anpassbarkeit und Umgestaltung jedoch nicht nur in Bezug auf die Spielfigur gegeben, sondern häufig auch bezüglich der Spielwelt.

In Spielen wie *AC:NH* und *SDV* ist es daher schon lange möglich, das eigene Haus und die Umgebung mit Möbeln und Gegenständen zu dekorieren, was in direkter Verbindung zum Home-Prinzip steht (siehe [Kapitel 4.3](#)) In *Animal Crossing: New Horizons* sind Spielende zusätzlich dazu befähigt, eine Flagge für die eigene Stadt zu entwerfen, eine Stadt-Melodie zu komponieren und mithilfe spezieller In-Game-Design-Tool Designs zu entwickeln, die auf Mode, Möbel oder auslegbare Muster (Abb.52) angewendet werden können, wodurch die Spielwelt *höchst individuell* wird. Die Tendenz zur *noch umfangreichen* Anpassbarkeit ist jedoch gerade in jüngeren Cozy Games zu beobachten. So erlaubt *AC:NH* nicht nur das Dekorieren der gesamten Insel, sondern auch die (Um)formung ihrer landschaftlichen Beschaffenheit. Spielenden ist es hier möglich mithilfe des „Terraforming“-Werkzeugs Erde auszuschütten, Wege anzulegen, und Wasserwege zu erschaffen. ([Abb.53](#))

Diese *dauerhafte Modifizierung* der Spielwelt führt zum Gefühl der *Selbstwirksamkeit*, das laut Breuer in Spielen „durch die zeitliche Kontingenz von Eingabe und Veränderung im System“ entsteht und durch das sich Spielende „als einflussreiche Instanz“ wahrnehmen (Breuer 2016 S. 186), wodurch sie Freude empfinden und das eigene Handeln als lohnend wahrnehmen (vgl. ebd. 2016 S 186). Überträgt man diese Selbstwirksamkeit durch eine dauerhafte Anpassung der Umwelt an eigene Bedürfnisse auf das Streben nach dem *Wunsch-Ich* laut Reinecke und Klein, sowie auf die Aussage Nick Yees, der Spiele als „Identitätsmanagementwerkzeug“ sieht (vgl. GRUX SIG 2016), das Spielende nicht aus eskapistischen Gründen wählen, sondern um ihre eigene Persönlichkeit auszuleben, so

ergibt sich die These, dass die hohe Anpassbarkeit der Umwelt in Cozy Games diese zur *Wunsch-Welt* der Spielerinnen werden lassen. Mit dieser Wunsch-Welt findet eine besonders intensive emotionale Verbindung statt, da nicht nur eigene ästhetische Präferenzen ausgelebt werden können, sondern auch der Gestaltungsprozess als Aktion, die dauerhafte Modifikation als Konsequenz und das Gefühl der daraus resultierenden Selbstwirksamkeit und Kompetenzerfahrung eine vielschichtige und bedeutsame interaktive Involvierung ermöglichen.

Diese Selbstwirksamkeit wird jedoch nur möglich, wenn die ästhetisch motivierten Entscheidungen frei und ohne externe Belohnung getroffen werden. So wird die ursprünglich intrinsisch motivierte Kreativität der Spieler:innen eingeschränkt, wenn diese eine externe Belohnung erwarten (vgl. Hodent 2017 S.66). Ebenso hinderlich wäre es, wenn Kreativität zum *Zwang* wird. Kreative Mechaniken sollten daher stets *optional* sein. So können Spieler:innen *Animal Crossing* wahlweise gänzlich spielen, ohne dass sie die Oberfläche ihrer Insel durch *Terraforming* verändern *müssen*. Über die Entstehung eines entspannenden Gefühls beim Spielen von *Animal Crossing: New Leaf* durch Freiheit und den Besitz eines „eigenen Ortes“ äußert sich Katsuya Eguchi, Producer bei Nintendo, so:

„We didn't specifically try to create a place for players to go to relax [...] But it is a place that is all your own, for you to do what you want with it. [...] I guess that's the freedom you were talking about earlier - as a result of that, if it becomes a relaxing space, then great“ (Nutt 2013).



Abb.52 Individuell gestaltete Muster, die Bodenbeläge imitieren, in *Animal Crossing: New Horizons*

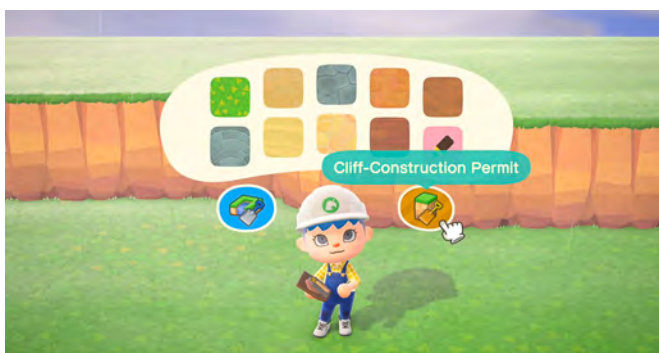


Abb.53 Terraforming in *Animal Crossing: New Horizons*

Selbsta Ausdruck vs. Wettstreit

Die Möglichkeit des ästhetischen Selbsta drucks stellt eine grundlegend äußerst effektive Basis für eine Cozy Erfahrung dar. In *Animal Crossing: New Leaf* ist es möglich, die eigene Stadt mit anderen Spieler:innen asynchron zu spielen. Eguchi betont, dass diese Funktion die Meinung der Spieler:innen „über die eigene Stadt formen“ kann (Nutt 21013). Während das Teilen von Erfolg durchaus positive Gefühle der Kompetenz und des Erfolgs auslösen können, so sind jedoch auch gegenteilige Effekte bei Spieler:innen zu beobachten, die sich viel mit den Städten (beziehungsweise in *AC:NH* „Inseln“) anderer Spieler:innen

auseinandersetzen. Da vor allem seit dem Erfolg von *AC:NH* das Teilen inzwischen nicht mehr nur diegetisch innerhalb des Spiels selbst geschieht, sondern vor allem auf *Online-Plattformen* wie Instagram und YouTube, entsteht ein *Überangebot an Vergleichbarkeit*. Während auf Instagram Spielende vor allem ihre eigenen Inseln zeigen, werden auf YouTube inzwischen eine stetig wachsende Menge an Videos veröffentlicht, die nicht nur die eigenen, sondern auch die Inseln anderer in Form von „Island Touren“ zeigen. (Abb.54) Hier werden Spielergebnisse präsentiert, die oft *mehrere Hundert* Spielstunden umfassender Arbeit beinhalten.

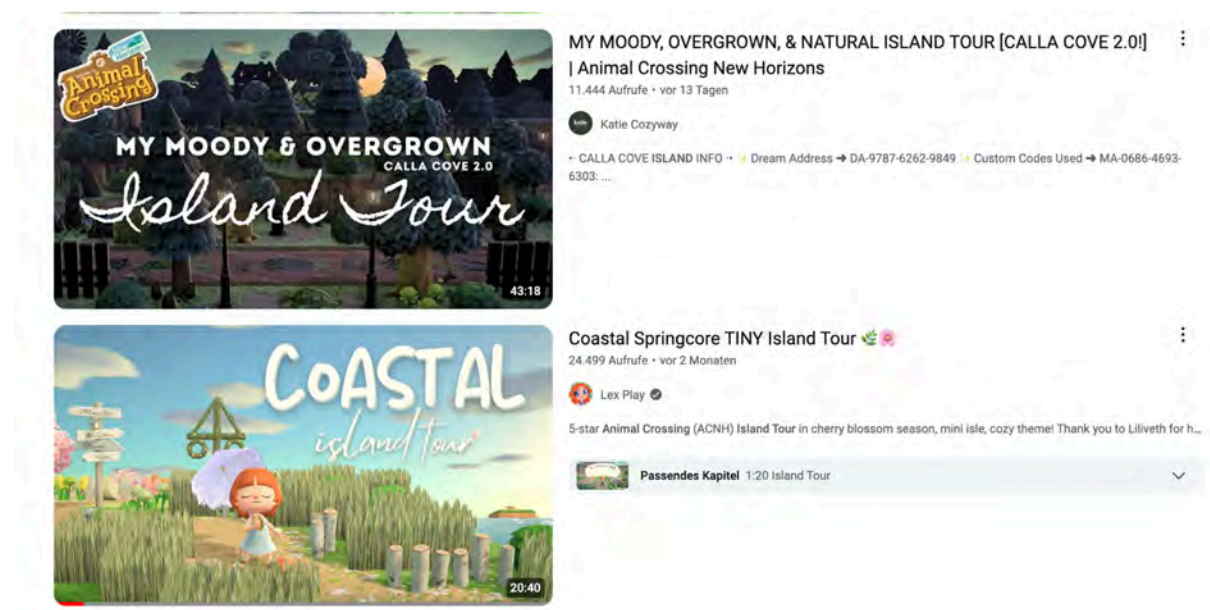


Abb.54 *Animal Crossing: New Horizons* „Islandtouren“ auf YouTube

Diese Vergleichsmöglichkeiten können negative Auswirkungen auf die Freude am Spiel und die Zufriedenheit mit der eigenen kreierte Spielwelt haben. Viele Spieler:innen von *Animal Crossing: New Horizons* berichten beispielsweise, *Frustration* zu erleben, wenn sie das Gefühl haben, eine weniger schöne („ästhetische“) Insel im Vergleich zu Online-User:innen zu besitzen, deren Inseln oftmals spezifisch nach Ästhetiktrends wie Cottagecore, Fairy Core oder Witch Core gestaltet sind (siehe [Kapitel 3.3.2](#)). Diese Frustration negiert die Cozy Erfahrung dieser Spieler:innen erheblich, sodass einige von ihnen sogar berichten, allein aus diesem Grund komplett mit dem Spielen von *AC:NH* aufgehört zu haben.⁵⁸

Es ist also festzustellen, dass *AC:NH* trotz seines non-kompetitiven Game Designs, für einige Spieler:innen *ungewollt kompetitive Strukturen* aufweisen kann, die dem positiven Spielerlebnis erheblich schaden. Eine hohe Anpassbarkeit kann demnach sowohl *Initiator* für

⁵⁸

https://www.reddit.com/r/AnimalCrossing/comments/14n50fl/how_to_deal_with_perfectionism_with_my_island/?utm_source=share&utm_medium=web3x&utm_name=web3xcss&utm_term=1&utm_content=share_button

eine Cozy Erfahrung sein, je nach persönlichem Umgang mit den gegebenen Werkzeugen, vor allem im direkten oder indirekten Vergleich mit anderen, jedoch auch zu einer *Negierung* dieser führen. Laut einer Studie von Wischert-Zielke und Barke weisen die Disposition zur Verunsicherung durch das Bestreben eine „perfekte“ Insel zu erhalten und das Spiel deswegen mehrfach neu zu starten, vor allem Spieler:innen mit Symptomen einer IGD (*Internet Gaming Disorder*) auf (vgl. Wischert-Zielke, Barke, 2023 S. 6f). Dies legt den Schluss nahe, dass Spieler:innen im Umgang mit den Möglichkeiten der Anpassung und dem Streben nach ästhetischem Selbstausdruck vor allem hinsichtlich eines parallelen Konsums von Online-Inhalten bezüglich der Werke anderer User:innen reflektiert umgehen sollten.

5.2.8 Sicherheit

Maslow verortet Sicherheit und Überleben als physiologische Grundbedürfnisse. Dies bedeutet, dass bei Nicht-Befriedigung des Bedürfnis nach Sicherheit alle weiteren Motivationen nicht erfüllt werden können. Zusammengefasst lässt sich daraus schließen: Ohne das Gefühl von Sicherheit im Spiel ist keine Cozy Erfahrung möglich. Auch im Bezug auf Hygge ist Sicherheit elementar. Dänemark zeichnet sich als Sozialstaat als eines der führenden Länder bezüglich sozialer Absicherung aus. Dies bietet seinen Einwohnerinnen ein vermindertes Risiko- und Unsicherheitsgefühl im Leben. Auch Forschungen zum kulturellen Konzept „Gemütlichkeit“ im deutschsprachigen Raum legen einen direkten Zusammenhang zum Gefühl von Sicherheit nahe (Mizin, Petrov 2021 S.38). Die im Kontext von Hygge, Gemütlichkeit und Maslows Bedürfnishierarchie begründete Bedeutung von Sicherheit einem reduzierten Risiko und das Fehlen von Emotionen wie Angst sind ebenso Kernelemente des Game Designs von Cozy Games. So stellen die in [Kapitel 5.2.4](#) erwähnten Routinen in Cozy Games eine Form der Sicherheit dar (vgl. Benti, Stadtmann 2021 S. 1174). Entscheidungsfreiheit in einem sicheren Rahmen bietet Spielenden weiterhin die Möglichkeiten, sich ohne Konsequenzen auszuprobieren. Handlungen und auch Fehler haben nie schwerwiegende Konsequenzen, wie Tod oder Neustart, zur Folge. Daher stellen *Vorhersehbarkeit und Kontrolle* maßgebliche Mittel zum Erzeugen von Sicherheit in Spielen dar. „It’s unrealistic but the players wouldn’t have half the fun experimenting with dialogues and puzzles, if the worlds were more hostile“ beschreibt der YouTuber Ahoy in einem Video über das Adventurespiel *The Secret of Monkey Island* (1990, LucasArts) die, entgegen damaliger Genrekonventionen, im Spiel fehlende Konsequenz zu sterben (Ahoy 2018). Während es durchaus Cozy Games gibt, in denen Mechaniken vorkommen, die Sicherheit potenziell negieren könnten (wie beispielsweise *Combat*) so sind diese simplifiziert (siehe [Kapitel 5.2.1](#)) und gleichzeitig visuell nicht explizit genug, um Furcht zu erzeugen.

Über das Gefühl von Kontrolle und Vorhersehbarkeit in *Animal Crossing: New Horizons* und die daraus resultierende Sicherheit für Spielende während der Corona-Pandemie 2020 schreibt Natalie Ryan, eine amerikanische Psychotherapeutin:

„The predictability that this kind of virtual world provides can relieve some of the anxiety we might be having around the lack of control in our current climate [...] Being involved in a world where the complexities and fears are left to the side can help us cope with our own realities“ (Ryan zitiert durch Macado 2020)

Sicherheit, sowie Kontrolle und Vorhersehbarkeit als Faktoren, die Sicherheit bewahren, stellen also grundlegende Bedingungen für das Erzeugen einer Cozy Erfahrung dar.

Das HOME-Prinzip und Sicherheit:

Die Gewährleistung von Sicherheit als grundlegendes Designziel in Cozy Games bildet auch die Grundlage für die Gestaltung vieler Spielorte und -situationen.

Von besonderer Bedeutung ist hier das in [Kapitel 4.3](#) erwähnte Home-Prinzip. Spielende finden in ihrem *Home*, sei es in Form eines stationären Zuhauses oder einer temporären Basis (Lager, Zelt) einen *sicheren Rückzugsort*, zu dem zurückkehren können. Dieser Effekt wird in Verbindung mit dem Kontrast-Prinzip verstärkt, indem die Sicherheit des *Homes* im Vergleich zur Außenwelt hervorgehoben wird. So wird Home zu einem ein starken *Symbol für Sicherheit*. Sollte das eigene Home zusätzlich noch individuell anpassbar sein, wird die emotionale Verwurzelung zu diesem *Refugium der Sicherheit* weiter intensiviert.

Zu beobachten ist, dass Home-Refugien in Cozy Games häufig in Form kleiner Hütten oder begrenzter Räume auftreten. Grund dafür ist, dass enge/kleine Räume von Menschen als *sicherer* wahrgenommen werden, als große, schwer überschaubare Flächen. Wiking begründet dies mit der Disposition der menschlichen Evolution. Als Menschen noch in Höhlen lebten, war es nötig, die Umgebung schnell überblicken und etwaige Gefahrenquellen erkennen zu können (vgl. Wiking 2017 S. 96). Daher sind laut Wiking vor allem (kleine) Hütten hygge (vgl. Wiking 2017 S. 10).

Die Entstehung der Gestaltungskonvention kleiner/ enger Räumen in Cozy Games hat eine zunächst zufällige, technisch bedingte Entwicklung gemäß dieses Wahrnehmungsprozesses unterlaufen: Frühe Pixelart-Spiele wie *Harvest Moon* unterlagen noch technischen Limitierungen, was eine starke Reduktion und Abstraktion erforderte. Daraus resultierte in der Darstellung von Innenräumen oft das Erschaffen eines *durch klare Grenzen abgeschlossenen Raumes*. Alles *außerhalb* dieses Raumes wurde *schwarz* dargestellt. Begründet liegt dies im technischen Unvermögen, die Außenwelt im Zwischenspeicher mitzuladen. Als Nebeneffekt ergeben sich dadurch jedoch kleine, beengt wirkende

Innenräume, die eine starke Abgrenzung zur Außenwelt und damit das Gefühl von Sicherheit und Übersichtlichkeit mit sich bringen. Auch wenn die technischen Möglichkeiten über die Jahre gestiegen sind, so hat sich daraus eine bestimmte Ästhetik für Sicherheit und Gemütlichkeit im Videospiel Kanon entwickelt, die noch heute Anwendung findet und gerade die Cozy Erfahrung durch die Vermittlung von Sicherheit und Gemütlichkeit intensivieren kann. (Abb.55)



Abb.55 Pixelraum umgeben von schwarzen Rändern in *Stardew Valley*

Auch *Dioramen*, die Innenräume und Spielsituation besonders stark komprimieren, sind ein viel verwendeter Handlungsort für Cozy Games (Abb.56)

In Verbindung mit Retro/Pixelgrafik und Symbolen der Entspannung (Kaminfeuer, Holzmöbel...) wird dieser Effekt verstärkt.



Abb.56 3D-Diorama

5.2.9 Soziale Beziehungen und NPCs

Pro-Soziale Elemente sind Bestandteil vieler Cozy Games, seien es Mechaniken der Kommunikation (wie Briefe schreiben und erhalten in *Animal Crossing*) oder das Kümmern um Haustiere (*Stardew Valley*). Das Aufbauen sozialer Beziehungen im Besonderen stellt ein Kernmerkmal vieler Cozy Games dar. Begründet wurde diese Konvention bereits im Jahre 1996 durch das erste Cozy Game *Harvest Moon*, in dem es Spielenden möglich war, Freundschaften und romantische Beziehungen zu Dorfbewohner:innen aufzubauen. Obwohl man davon ausgehen könnte, dass der Fokus von Cozy Farming-Simulationsspielen auf Aspekten der Landwirtschaft, Tierpflege und Feldarbeit liegen sollte, erwarten Spieler:innen soziale Systeme und komplex ausgearbeitete Charaktere. Viele Spielende sehen es sogar als schwerwiegenden *Kritikpunkt*, wenn ein Cozy Farming Spiel diese Optionen nicht oder nur oberflächlich bietet. So äußerten viele Cozy Gamer:innen bei Erscheinen des Spiels *Fae Farm* unter einem Review-Video Kritik am oberflächlichen Beziehungssystem.⁵⁹

MegaCocoa125:

„That sucks about relationships and festivals, that's kinda my priority with cozy sim games. It's more important to me than the farming lol. Too bad, a lot of the other game systems looked pretty good.“

zillo1600:

„I don't think farming games need a dating system but it really hurts my experience when the characters are really shallow and don't change much if you befriend them. Character interaction and development is something that is very important to me in games. I want to care about the characters and by extension the world.“

Die Bedeutung der Charaktere und Beziehungen für Cozy Games lässt sich mit einem Zitat von Deborah Henderson, Forscherin bei Microsoft, begründen: „Characters are more engaging in games to players than narrative is“ (Hendersen 2014). Robert Tatnell, Solo-Entwickler des Cozy Spiels *Hokko Life* definiert das Wort „Coziness“ sogar als das Verständnis für die Wichtigkeit sozialer Interaktion, indem er sagt:

„Coziness is the understanding that humans are social creatures. We strive to be part of a group, and to be accepted. But being sociable can be difficult in the real world. It can be exhausting. In cozy games, the barriers come down. We can be part of a group without having to be stressed. The characters we meet are warm and welcoming and it's an easier way to enjoy a fundamentally human feeling“ (Campbell 2022b).

⁵⁹

https://www.youtube.com/watch?v=a9IsZAKuTgA&lc=Ugy-2RcM35nz66Ue7i94AaABA&ab_channel=Josh%27sGamingGarden

Als besonders intensiv wird das Sozialgefüge in Cozy Games empfunden, wenn Spieler:innen *Teil einer virtuellen Gemeinschaft* sind, die nicht nur auf sozialer Aktion *mit der* Spielerfigur beruht, sondern in der auch die Charaktere untereinander individuelle Beziehungen führen. Das beliebte Cozy Simulationsspiel *My Time at Sandrock* wird von Fans und Kritiker:innen vor allem hinsichtlich seiner vielschichtigen, lebendigen Charaktere gelobt (vgl. Sanchez 2023). Im Besonderen werden durch Zwischensequenzen die Beziehungen der Charaktere untereinander aufgezeigt, wodurch sich komplexe soziale Strukturen ergeben. Während frühere Teile der *Harvest Moon* Spiele noch das Konzept der „Rival Marriage“ boten, bei dem die potenziellen Heiratskandidat:innen auch untereinander Beziehungen eingehen konnten, wurde dieses Konzept in späteren Teilen entfernt. Obwohl das Beziehungssystem für Spieler:innen auf diese Art leichter wurde, kritisieren viele Spieler:innen diese Entwicklung und wünschen sich Rival Marriages in modernen Spielen zurück.⁶⁰ Für eine Cozy Erfahrung ergibt sich also das Ziel, *komplexe Charaktere* zu schaffen, die nicht nur als Statist:innen für die Spieler:innen fungieren, sondern authentische Beziehungen untereinander eingehen. So fühlen sich Spielende als Teil einer glaubwürdigen Gemeinschaft, was den individuellen Beziehungen zu einzelnen Charakteren eine intensivere Bedeutung gibt.

5.10 Mechaniken für gelungenes Zusammenspielen

Neben der sozialen Komponente im virtuellen Rahmen der Spielwelt können Cozy Games auch soziale Bedürfnisse *im echten Leben* durch gemeinsames Spielen erfüllen.

So stellen Reinecke und Klein fest, dass Multiplayer-Spiele im Besonderen das Bedürfnis nach sozialer Verbundenheit befriedigen (vgl. Reinecke, Klein 2016 S.219). Selbst in Online-Multiplayerspielen tritt das Gefühl des „sozialen Präsenzerlebens“ auf, bei dem „Spieler das Gefühl haben, sich gemeinsam mit anderen Personen in der Medienwelt zu befinden, obwohl diese nicht physisch anwesend sind“, was „Spiele zu einer Erlebniswelt sozialen Handelns“ werden lässt (ebd. 2016 S. 253). Weiterhin besitzen sie dabei sogar das Potenzial, „bestehende Offline-Kontakte durch gemeinsames Spielen aufrechtzuerhalten und zu intensivieren“, „sowie neue Kontakte aufzubauen“ (ebd. 2016 S. 235).

Produktive Spielmechaniken können diese positiven sozialen Effekte auch hinsichtlich der Cozy Erfahrung gezielt unterstützen. Zu beachten ist jedoch, dass Cozy Games keinen kompetitiven Charakter besitzen. Gemeinsames Spielen äußert sich also nicht als Wettkampf, sondern durch *Zusammenarbeit*.

Während die ersten Cozy Games wie *Harvest Moon* nur ausschließlich im Singleplayer Modus spielbar waren und viele folgende Cozy Games diese Tendenz vorerst beibehalten

⁶⁰ https://www.reddit.com/r/harvestmoon/comments/wqytqc/opinions_on_rival_marriage/

haben, erforschen insbesondere neuere Titel die Möglichkeiten des gemeinsamen Spielens in Form von lokalem oder Online-Spiel. Diese Modi sind in bisherigen Cozy Games allerdings stets *optional* und nie obligatorisch. Die *Animal Crossing* Reihe ist seit Beginn ein besonderes Beispiel für verschiedene Arten des Zusammenspielens, da dieses im ersten Teil noch vollständig *asynchron* und seit *Animal Crossing Wild World* zusätzlich *synchron* geschehen kann. Synchrones Zusammenspiel meint das gleichzeitige Spielen durch das Besuchen der Städte anderer Spieler:innen. Asynchrones Zusammenspiel bedeutet, dass im ersten Teil bis zu vier spielbare Charaktere erstellt und im selben Dorf leben konnten, während jedoch stets nur *ein* Charakter spielbar war. Zeitlich war das Zusammenspiel also asynchron, der geteilte Spielraum jedoch simultan. Die Veränderungen an der geteilten Spielwelt durch eine:n Spieler:in betrafen auch alle anderen Spielenden, sobald sie mit ihren Charakteren die Spielwelt betreten. Spielenden war es außerdem möglich, ihren Mitspielern:innen Briefe zu schreiben oder Geschenke zu machen sowie Gegenstände zu tauschen, um sich im gegenseitigen Fortschritt zu unterstützen. Gesten wie Briefe und Geschenke fungieren laut Isbister als „social cues“ (vgl. Isbister 2016 S 113, 116). Ihre emotionale Bedeutung kann durch die Nutzung von Geschenkpapier oder die Selektion eines besonderen Briefpapiers im Spiel sogar noch gesteigert werden. Dadurch entsteht selbst bei einer Asynchronität des Spieles eine *geteilte soziale (Spiel-)Erfahrung*. Oftmals waren es Familien, die auf diese Art asynchron zusammen spielen konnten. Auch wenn es seit *Animal Crossing: Wild World* (Nintendo DS, 2005) möglich ist synchron online zu spielen, so nutzen Familien auch heute noch die Möglichkeiten des Offline-Zusammenspiels mithilfe einer pro Haushalt geteilten Konsole und einer gemeinsamen Spielwelt. Die Möglichkeiten zur Modifizierung der Spielwelt haben sich dabei seit dem ersten Teil der Reihe stark erweitert. So kann die gemeinsame Insel in *AC:NH* nicht nur dekoriert, sondern auch terraformiert werden. Dank der neuen Möglichkeit des *lokalen synchronen Zusammenspiels* können mehrere Bewohner:innen einer Insel nun auch gleichzeitig spielen. *Geteilte Ziele, eine gemeinsame Spielwelt* und *gemeinsame Erfahrungen* ermöglichen ein intensives Gefühl des Zusammenspiels und eine Vertiefung sozialer Bindung. In einer Studie aus 2022 legen Martinez et al. diesbezüglich dar, dass *Animal Crossing: New Horizons* die sechs Bedingungen für produktives JME (Joint Media Engagement) eignet. Dies bezeichnet den gemeinschaftlichen Medienkonsum von Familien, gekennzeichnet durch Interaktion miteinander und die Entstehung neuer Bedeutungsebenen (vgl. Martinez et al. 2022 S.3). Begünstigt wird das JME Potenzial dabei laut Martinez et al. durch die „variierenden und flexiblen“ Arten zu spielen, die *AC:NH* den Spieler:innen ermöglicht. (ebd. 2022 S.13) Das Spielen ließe dabei „die Grenzen des Zuhauses verschwimmen und erlaubt es der *AC:NH* Insel, eine Erweiterung des Zuhauses, unabhängig von physikalischen Beschränkungen des Raums“ zu werden (ebd. 2022 S. 13).

Es sei dabei zu beobachten, dass die Eltern-Kind-Beziehungen in *AC:NH* gekennzeichnet durch „direkte affektive Interaktionen“ gegenüber dem Kind seien, die dessen „in-game Bedürfnisse“ stillen sollen. Weiterhin unterstützen sie ihre Kinder, indem sie innerhalb des Spiels aufräumen oder die Kontrolle abgeben. (vgl. ebd. 2022 S. 13). Laut Martinez et al. können diese affektiven Interaktionen „zu einer Stärkung der Beziehung in der Familie führen“, sowie zur „emotionalen Entwicklung des Kindes“ beitragen (ebd. 2022 S. 13).

Synchrones Spiel erweitert die Möglichkeiten des gemeinsamen Spielens um die direkte soziale Verbindung. Gemeinsame Ziele können unmittelbar zusammen verfolgt oder in Form von freiem und geregelter Spiel als soziales Erlebnis praktiziert werden.

Jin Kim betont diesbezüglich, dass die Zusammenarbeit von Spieler:innen nicht bewirkt, dass Spielende „ein Spiel schneller beenden, sondern diese stattdessen zu *mehr spielen* mit neuen Zielen, sich entwickelnden Handlungssträngen und Momenten der Verbundenheit führt“ (Jin Kim 2014 S.12). Oft nehmen Spielende dabei *verschiedene Rollen im Spiel* ein, um sich gegenseitig zu unterstützen, wobei Isbister feststellt, dass diese „koordinierten Aktionen“ zur Entstehung von „Verbundenheit“ führen. (Isbister 2016 S.45)

Auch wenn Cozy Games non-kompetitiver Natur sind, können Spielende in *AC:NH* sich gegenseitig in spielerischen Wettkämpfen messen. Sie stellen sich eigene Herausforderungen, zum Beispiel wer schneller eine gewisse Anzahl an Fischen oder das seltenste Insekt fängt. Weitere Beispiele sind Verstecken, Fangen oder Tic Tac Toe.⁶¹ Die Strukturen des Spiels werden so zum Entwickeln eigener Spielideen und -erlebnisse genutzt. Das gemeinsame Spielen bringt also neue, maßgeblich individuelle Bedeutung- und Erfahrungsebenen für Spiel und Spielende hervor, die die Cozy Erfahrung bereichern.

Am Beispiel von *Animal Crossing* ist zusammenfassend festzustellen, dass Cozy Games im Besonderen bindungsfördernde Tendenzen aufweisen, wenn sie pro-soziale Mechaniken bieten, in denen Spieler:innen einander auf verschiedene Arten unterstützen oder Zuneigung anhand von Briefen oder Geschenken ausdrücken können. Besonders produktiv ist es, wenn Entwickler:innen sowohl Möglichkeiten des synchronen als auch des asynchronen gemeinsamen Spielens bieten und Strukturen zum Verfolgen geteilter Ziele sowie bedeutsamer geteilter Erfahrungen bereitstellen.

5.3 Vergleich von Cozy Farmingspielen mit Farmingspielen anderer Kategorien

Viele aktuelle Cozy Games folgen thematisch *Harvest Moon* und *Stardew Valley* als Landwirtschaftssimulationsspiele, indem sie das dörfliche, naturnahe Leben auf einer Farm thematisieren. So wurden allein im September 2023 14 Farming-Simulationsspiele im Cozy

⁶¹ https://youtu.be/ufcWWuOknW8?si=Fq-KYUsajstL8j_h

Games Segment veröffentlicht.⁶² Damit ergibt sich aus dem beliebten Genre der Cozy Farming Spiele ein effektiver Vergleichsgrund zu Spielen des gleichen Genres aus anderen Kategorien, um die Unterschiede zwischen Cozy und Nicht-Cozy Spielen zu verdeutlichen.

Abgrenzung zu Browser-Spielen

Eine breite Aufmerksamkeit erfuhr das Genre bereits 2009 mit dem Erscheinen des Browserspiels *FarmVille* (2009, Zynga, Abb.57) das User:innen primär über die soziale Internetplattform Facebook spielten. Schon zwei Monate nach Veröffentlichung verzeichnete das Spiel im September 2009 über 35 Millionen monatliche Nutzer:innen und wurde damit die beliebteste Facebookanwendung. Im Juni 2010 waren es bereits 70 Millionen, bevor die Zahl über die nächsten Jahre schwand.⁶³ Harvest Moon Entwickler Yasuhiro Wada vertritt die Meinung, die Popularität von sozialen Browser-Farmingspielen wie *FarmVille* begünstige den Anstieg des Marktes thematisch ähnlicher Spiele wie *Harvest Moon* (vgl. Drake 2012). Trotz dieser Tatsache sind diese Spiele nicht als Cozy Games zu werten. Der Cozy Game Kategorie inhärente Merkmale sind gerade bezüglich des Game Designs sehr unterschiedlich. Der größte Unterschied liegt in der monetären Gestaltung von Browserspielen in Form von Mikrotransaktionen, bei der Spieler:innen einige virtuelle Gegenstände nur durch die Bezahlung von Echtgeld erwerben konnten. Auch Prozesse im Spiel konnten so beschleunigt werden. Jedoch erzeugt dies potenziell Stress bei Spielenden und fördert gleichzeitig die kompetitive Strukturen.



Abb.57 Farmville

⁶² Fae Farm, Critter Grove, Rune Factory 3, My Time at Sand Rock, Mineko's Night Market, Harvest Moon: The Winds of Anthos, Paleo Pines, Moonstone Island, Big Farm Story, Alchemy Garden, Sprout Valley, Sunrise Orders, Sugar Shack, Wildmender

⁶³ <https://de.wikipedia.org/wiki/FarmVille>

Abgrenzung zu realistischen Farmingspielen:

Weitere Beispiele für äußerst populäre Farming Games stellen die *Landwirtschafts-Simulator-Spiele* dar, die weltweit über 100 Millionen Spieler:innen aufweisen (vgl. TheFormalPickle 2022).

Grundlegende Unterschiede lassen sich sowohl in der visuellen Gestaltung als auch im Game Design erkennen. Denn entgegen der Konventionen von Cozy Games ist das Ziel der Landwirtschafts-Simulator-Spiele *Realismus*. (Abb.58) Das heißt, dass weder Mechaniken noch Grafik simplifiziert zugunsten einer Cozy Erfahrung gestaltet werden. Stattdessen sollen diese die Wirklichkeit so nah wie möglich imitieren. Das Thema Landwirtschaft wird also aus einer gänzlich anderen Sicht aufgearbeitet, wodurch sich ein Spielgefühl einstellen soll, dass der Realität, aber vor allem auch der Komplexität, der Prozesse so nahe wie möglich kommt.



Abb.58 *Landwirtschafts-Simulator 2019*

5.4 Das Potenzial von Elementen der CE in Nicht-Cozy Games

Dass auch Nicht-Cozy Spiele von Elementen der Cozy Erfahrung profitieren können, zeigt die große Beliebtheit von Spielen wie *Pokémon* und *The Legend of Zelda: Tears of the Kingdom* innerhalb der Cozy Gamer:innen Community (vgl. americanspy 2021).

Spiele mit Elementen der Cozy Erfahrung bieten zumeist die optionale Möglichkeit, das schnelle, reizintensive Pacing ihres primären Game Loops zu unterbrechen, indem Phasen der Ruhe und der Entspannung geboten werden. Im Spiel *Dark Souls 2*, das als sehr schwierig gilt, können Spielenden beispielsweise den oft frustrierenden Game Loop des Kämpfens und Sterbens (wobei wiederholendes Sterben ein integraler Teil der Erfahrung ist) unterbrechen, indem sie an einem Lagerfeuer Rast machen. (Abb.59)



Abb.59 Ausruhen am Lagerfeuer in *Dark Souls 2*

Der actiongeladene Western-Action-Epos *Red Dead Redemption 2* profitiert von einer Cozy Erfahrung, indem Spieler:innen die Möglichkeit besitzen, nach Belieben mit ihrem Pferd durch die malerischen Landschaften zu reiten und sich liebevoll um ihre Reittiere zu kümmern. (Abb.60)



Abb.60 Bürsten eines Pferdes in *Red Dead Redemption 2*

Ein temporäres Lager dient ihnen außerdem als Basis, um mit Verbündeten zu sprechen und sich zu stärken, was dem Home-Prinzip (siehe [Kapitel 4.3](#)) nahekommt. Dieses nutzt auch das Action-Multiplayer Spiel *Sea of Thieves* (Rare, 2018) in der Gestaltung eines Schiffs als Basis für die Spieler:innen. So beschreibt Ryan Stevenson, Art Director des Spiels, die Intention des Designs in einem Vortrag so: „We looked at what it would feel like below the ship. How it’s kind of cozy and warm and also close-feeling compared to the outside“ (Stevenson 2018).

Das RPG *Undertale*, das die abenteuerliche Reise durch eine fantasievolle Welt behandelt, beginnt mit dem Leben der Hauptfigur in einem gemütliche, warm ausgeleuchteten Haus, bevor sie auf ihre gefährliche Reise aufbricht (Abb.61)



Abb.61 Haus zu Beginn des Spiels *Undertale*

Auch viele andere RPGs nutzen diese Konventionen, indem zunächst das friedliche Leben, oft in kleinen gemütlichen Dörfern gezeigt wird, bevor der Frieden durch eine unheilvolle Bedrohung gestört wird.

Durch diese Elemente der Cozy Erfahrung und Sicherheit in den Startgebieten als *Kontrast* zum folgenden Übel entsteht eine emotionale Verbindung der Spielenden zur Spielwelt. Sie *wollen* den Ort retten, der ihnen eben noch Sicherheit und Gemütlichkeit bot.

Besonders wirksam sind die Cozy Elemente in Spielen, wenn die visuelle Gestaltung eines Titels den Ästhetiken von Cozy Games ähnelt (siehe [Kapitel 6](#)), so wie es im grafisch stilisierten Spiel *Zelda: Tears of the Kingdom* der Fall ist. So beschreibt ein:e Spieler:in über seine/ihre persönliche Erfahrung mit dem Spiel *Zelda: Tears of the Kingdom*:

„As a cozy game lover, I find myself absolutely loving the cozy moments of *Tears of the Kingdom*. I enjoy chilling with my horse, diving in rivers to catch cool fish, and cooking up whatever variety of meals I can imagine.“ (Rodriguez 2023, Abb.62).



Abb.62 Kochen in *Zelda: Tears of the Kingdom*

Bietet ein Spiel also genug Möglichkeiten für die Cozy Erfahrung, so kann dessen Ausübung von Spieler:innen *priorisiert werden*, was selbst Nicht-Cozy Spiele subjektiv bewertet zu

Cozy Spielen werden lässt. Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass Spiele jeglicher Art von Elementen der Cozy Erfahrung profitieren können, um neue Zielgruppen zu erschließen und bestehende Spieler:innen ein positives Spielerlebnis zu ermöglichen.

6. Grafik und Visualität

Videospielästhetik umfasst laut Koubek „die Menge aller Darstellungsformen eines Computerspiels“ (Koubek 2016, S. 35), meint also neben audiovisuellen Merkmalen auch „die KI, die Physik, die Graphical user Interfaces (GUIs), die Narration oder die Multiplayer-Aspekte“ (ebd., 2016 S 36). Im engeren Sinne bezeichnet sie laut Koubek jedoch die „Spielästhetik“ selbst, „d.h. die audiovisuelle Darstellung, wie Hintergrundgrafiken, Sprites, Modelle, Texturen, Animationen, Soundeffekte, Dialoge und Musik“ (Koubek 2016, S. 36). Diese spielt laut Letourneur in Bezug auf Calleja eine bedeutende Rolle „für das Erleben einer besonders intensiven Spielerfahrung“, da sie die affektive Involvierung eines Spielenden bezüglich eines Spiels maßgeblich bestimmt (vgl. Letourneur 2016, S. 77). Während das Spielen von Computerspielen also ein multisensorisches Erlebnis darstellt, das nur im Zusammenspiel seiner einzelnen Elemente seine volle Wirkkraft entfalten kann, wird im folgenden Abschnitt im Speziellen die Spielästhetik bezüglich ihrer visuellen Merkmale thematisiert.

6.1 Artstyle und Stilisierung

Der Artstyle (wörtlich übersetzt: „Kunst-Stil“) meint das Zusammenspiel aller visuellen Elemente eines Spiels. Artstyles wurden mit dem technischen Fortschritt des Mediums Videospiele über die Jahre hinweg stets diverser. Wo früherer Hardware-Limitierungen ein eingeschränktes grafisches Potenzial bedingten, sind die stilistischen Optionen eines Spiels heute Resultat vielfältiger aufeinander abgestimmter Überlegungen innerhalb eines umfangreichen Repertoires. Dies ermöglicht es Entwickler:innen, die bereits erwähnte ästhetikbedingte „affektive Involvierung“ von Spielenden spezifisch zu lenken.

Je nach Genre haben sich über die Jahre verschiedene visuelle Stereotypen für den Artstyle bestimmter Spielegenres etabliert, die reproduziert oder bewusst gebrochen werden können. Darauf basierend ergibt sich eine erlernte Erwartungshaltung von Spieler:innen bezüglich der Visualität bestimmter Spiele. Schröter und Fahlenbach bezeichnen diese als ästhetische Gestaltungsstrategien (Fahlenbrach, Schröter 2016 S. 286). Auch Cozy Games weisen stilistische Ähnlichkeiten und Tendenzen auf. Ein visuelles Hauptmerkmal ist hierbei die starke grafische Stilisierung von Cozy Games. Während Spiele anderer Kategorien nach (Foto)realismus streben, weisen Cozy Games in einer Schnittmenge mit Indiegames

gegenteilige Tendenzen hin zur vollständigen Stilisierung und Abstraktion auf. Scott McCloud thematisiert diese Darstellungsform in seinem Buch im Bezug auf Comics und Cartoons, jedoch lassen sich diese Prinzipien auf alle Formen des visuellen Ausdrucks übertragen: Grafisch stilisierte Spiele bestehen dabei, wie auch Comics, fast ausschließlich aus Symbolen. Ein Symbol ist laut McCloud "Ausdruck für ein Zeichen, das für eine Person, einen Ort eine Sache oder eine Idee steht" (McCloud 2001 S. 34f). Bilder sind dabei Symbole, die "dem Gegenstand, den sie darstellen, ähnlich sein sollen" (ebd. 2001 S. 35). Je stilisierter, also vereinfachter ein bildliches Symbol ist, desto mehr ist es auf seine "wesentliche Information" reduziert und "betont diese" (McCloud 2001 S.38f). Damit stellt die Stilisierung das Gegenteil des Realismus und damit naturalistischer Abbildungsformen dar. McCloud sieht die besondere Stärke des Cartoons als reduziertes symbolisches Bild darin, „unsere Aufmerksamkeit auf eine Idee zu lenken“ und spricht von einer „Betonung durch Vereinfachung“ (ebd. 2001 S. 3ff8). Weiterhin sieht er das Potenzial des Cartoons in seiner „universellen Sprache“ (ebd. 2001 S. 39). So sehen Menschen sich in der simplifiziertesten und damit stilisiertesten in Form eines Gesichts, einem Smiley, selbst - in einer realistischen Portraitzeichnung jedoch stets jemand anderen (vgl. ebd. 2001 S. 44, Abb.63).

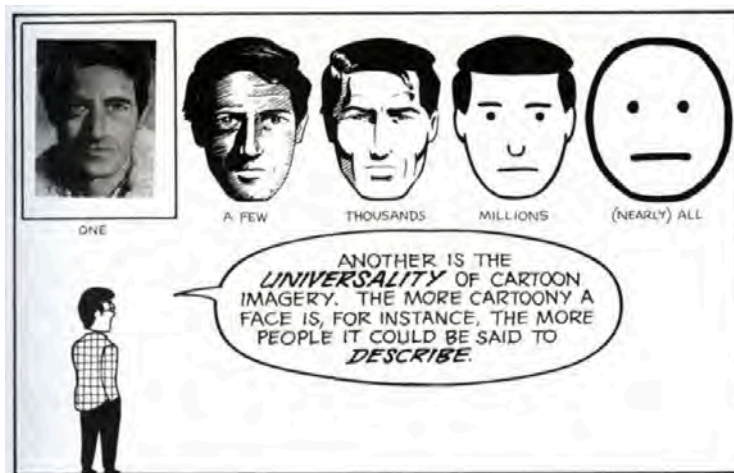


Abb.63 Stilisierung/ Abstraktion eines realistischen Gesichts zu einem Smiley

Cartoons, und damit einhergehend auch Spiele mit stilisierter Grafik, besitzen also ein sehr hohes Identifikationspotenzial im Vergleich zu realistischen Spielen. Laut Letourner stellt eine „besonders illusionistische Repräsentation, die einen fotorealistischen Ausdruck besitzt, nicht unbedingt den ausschlaggebenden Faktor dar“ (Letourner 2016 S. 79), was gegen die Marketingkampagnen namhafter Hersteller fotorealistischer Software spricht.).

In der Cozy Games Kategorie sind beinahe ausschließlich Spiele mit stilisierter Grafik zu finden. So wird der hohe Symbolgehalt der grafischen Stilisierung mit den Symbolen seiner Motive kombiniert (siehe [Kapitel 4.1](#)). Betrachtet man die Liste an Spielen der beliebten Cozy

Games Kurator-Seite „*Wholesome Games*“ auf Steam, so besitzt von insgesamt 612 auf der Seite gelisteten Spielen nur eines keine stilisierte Grafik⁶⁴ (Stand: Juni 2024). Während diese Liste keinen korrekten Anspruch auf eine korrekte Einordnung der gelisteten Titel in die Kategorie Cozy Games erhebt, ergibt sich durch diese dennoch eine deutlich erkennbare quantifizierbare Tendenz.

Grund für die Mehrzahl an Spielen mit stilisierter Grafik innerhalb der Cozy Games Kategorie könnte die direkte Abgrenzung von den fotorealistischen Grafikkonventionen von Spielen anderer Genres und aus dem AAA Bereich sein, die für Konsument:innen während der Selektion eines Titels sofort ersichtlich ist. Überschneidungen sind hier mit Casual Games zu finden, deren Artstyles ebenfalls oft stilisiert sind und zu ähnlichen Assoziationen führen.

Desweiteren bietet stilisierte Grafik laut Istbister den Spielenden die Möglichkeit, mehr Raum für ihre eigene Imagination zu lassen (Istbister 2016 S. 36). Statt Realismus liege „der wahre Wert der Grafik stattdessen in einem kohärenten Stil“ (Ahoy 2015). Beil sieht in der Evolution von Videospiele „unzählige Beispiele für Diskontinuitäten, Stilisierungen und Hybridisierungen“, wodurch Spiele nicht immer realistischer, sondern vor allem „vielfältiger“ werden (Beil 2012 S. 23). Anstelle einer Verdrängung des Realismusstrebens oder stilisierter (2D)-Grafik, ergibt sich also eine Koexistenz. Diese Tendenzen weisen Parallelen zum Verhältnis der naturalistischen Malerei und dem beginnenden Aufkommen der abstrakten Kunst zu Beginn des 20. Jahrhunderts auf. Auch können Ähnlichkeiten zur Fotografie gezogen werden, die in der Lage ist, ein realitätsnahes Abbild in kürzerer Zeit zu ermöglichen, als die Malerei es kann. Der Künstler Man Ray äußerte sich zu seinem Verhältnis zur Fotografie und Malerei so: „I photograph what I do not wish to paint, and I paint what I cannot photograph“ (zit. n. Schwingeler 2014b S. 30) Dieser Ansatz lässt sich auch auf die zumeist stilisierte Grafik von Cozy Games beziehen. Sie haben nicht den Anspruch, Realität abzubilden, wie Spiele anderer Kategorien, deren Wert nicht selten an ihrer Realitätsnähe gemessen wird. Auch das Gamedesign erhebt dabei keinen Anspruch auf Realität, wie in [Kapitel 5.2.1](#) bereits thematisiert. Stattdessen muss sie *glaubhaft* auf Rezipient:innen wirken. Selbst Prozesse mit realer Referenz werden in Cozy Games simplifiziert, teilweise sogar „verniedlicht“ oder „beschönigend“ dargestellt. Die Landwirtschaftsaspekte in *Stardew Valley* gleichen keineswegs denen eines realistischen Simulationsspiel wie Landwirtschaftssimulator, das sowohl kleinteilige Arbeitsprozesse, wie auch detailgetreue Nachbauten von Maschinen beinhaltet. Die Grafik fungiert stattdessen als Werkzeug, um diese simplifizierten Prozesse visuell darzustellen und zu kommunizieren.

Selbst Mechaniken oder Motive, die Coziness durch das Erzeugen von Stress oder Angst potenziell negieren könnten, wie Kampf oder dunkle Themen, können durch ihre Stilisierung im Vergleich zu einer realistischen Darstellung abgeschwächt werden. Für die Cozy

⁶⁴ <https://store.steampowered.com/curator/35411526-Wholesome-Games-%25E2%2599%25A5/?appid=2421950>

Erfahrung ist es wichtig, dass aus dem Realitätsgrad der Mechaniken und Grafik keine Dissonanz entsteht, sondern beide kongruent auftreten. Daraus ergibt sich also eine stilisierte Grafik für die Darstellung „stilisierter Prozesse“. Des Weiteren dient die visuelle Gestaltung dazu, die Cozy Erfahrung durch das Erzeugen einer entspannten, gefühlsbetonten Atmosphäre zu ermöglichen. Die stilisierte Grafik erlaubt es außerdem, je nach Ausprägung, düstere oder emotional negativ konnotierte Thematiken, Handlungen oder Settings darzustellen, ohne dass das Gefühl von Coziness beim Spielen negiert wird (siehe [Kapitel 6.6](#)). Werden diese hingegen mit einer fotorealistischen Grafik dargestellt, fällt die Abgrenzung für Rezipient:innen schwerer und eine negative Emotionswelt wie Furcht rücken stärker in den Vordergrund, was die Cozy Erfahrung relativieren würde.

6.1.1 Kategorien von Cozy Game Artstyles

Es gibt auch im Bereich der stilisierten Grafik weitere Konventionen, die sich für den Ästhetikannon von Cozy Games etabliert haben und mit dem Erscheinen neuer Titel immer weiter reproduziert werden. Diese sind stark an die Gestaltungsformen anderer populärer Medien angelehnt, beziehungsweise direkt referentiell zu werten. Daher eignen sie sich im Besonderen für eine Kategorisierung der häufigsten Artstyles von Cozy Games und lauten wie folgt:

Retro/ Pixeloptik ([Abb.64](#))

Beispiele: Stardew Valley, Little Witch in the Woods, Littlewood, Unpacking, Fields of Mistria



Abb.64 *Fields of Mistria, Unpacking* und *Stardew Valley*: Cozy Games mit Retro-/ Pixeloptik

Pixelart ist laut Plummer nicht als Stil, sondern als Medium zu verstehen, das in vielen verschiedenen stilistischen Ausprägungen auftreten kann (vgl. Plummer 2020).

Auch Cozy Pixel Art Spiele besitzen nicht zwangsweise denselben Stil, ziehen ihre Stärke aber aus ihrem direkten retrospektiven Bezug auf frühe Spiele aus den 80er bis Anfang 2000er Jahren, deren Visualität durch die limitierten technischen Möglichkeiten das höchste Maß an grafischer Reduktion und Symbolhaftigkeit bedeuten. Sie profitieren dabei vom Nostalgiegefühl, das die Cozy Erfahrung durch positive Assoziationen mit der Vergangenheit verstärkt (siehe [Kapitel 3.1.1](#)). Treibende Inspiration sind hier vor allem die ersten Teile der *Harvest Moon* Reihe. Heutzutage wird das Spektrum der grafischen Möglichkeiten von Pixelart-Spielen durch moderne Techniken erweitert. Besonders die effiziente und einfache Modifikation grafischer Inhalte allein durch die Veränderung weniger Pixel machen diese Spiele vor allem für die schnelle Generierung neuer Inhalte sowohl durch Herstellerseite als auch für Modder attraktiv. Geringe Hardwareanforderungen begünstigen ein optimales Spielerlebnis auf verschiedenen Plattformen für eine breite Zielgruppe.

Kinderbuch (Abb.65)

Beispiele: Dordogne, Wytchwood, Snufkin: Melody of Moominvalley, Mineko's Night Market, Mutazione



Abb.65 *Wytchwood, Snufkin: Melody of Moominvalley* und *Dordogne*: Cozy Games mit Kinderbuchoptik

Während Kinderbücher sehr diverse visuelle Stile aufweisen können, gibt es dennoch bestimmte visuelle Merkmale, die sie häufig auszeichnen. Oft sind die Illustrationen sehr

grafisch und gerade Hintergrund-Elemente bestehen aus simplifizierten Formen, die an naive Kinderzeichnungen oder Scherenschnitt erinnern. Die Farbwelten sind dabei meist bunt. Traditionelle Maltechniken werden tatsächlich verwendet oder digital imitiert, wodurch oftmals malerische oder papierähnliche Texturen Teil der visuellen Gestaltung sind. Cozy Games, wie die oben genannten Beispiele, greifen diese formalen Merkmale in ihrer visuellen Gestaltung auf und profitieren von der direkten, zumeist positiven und nostalgischen, Assoziation zu Kinderbüchern. Dies kann die Cozy Erfahrung stärken.

Kawaii Elemente/ Niedlichkeit (Abb.66)

Beispiele: Sticky Business, Slime Rancher, Ooblets, Cult of the Lamb, Animal Crossing

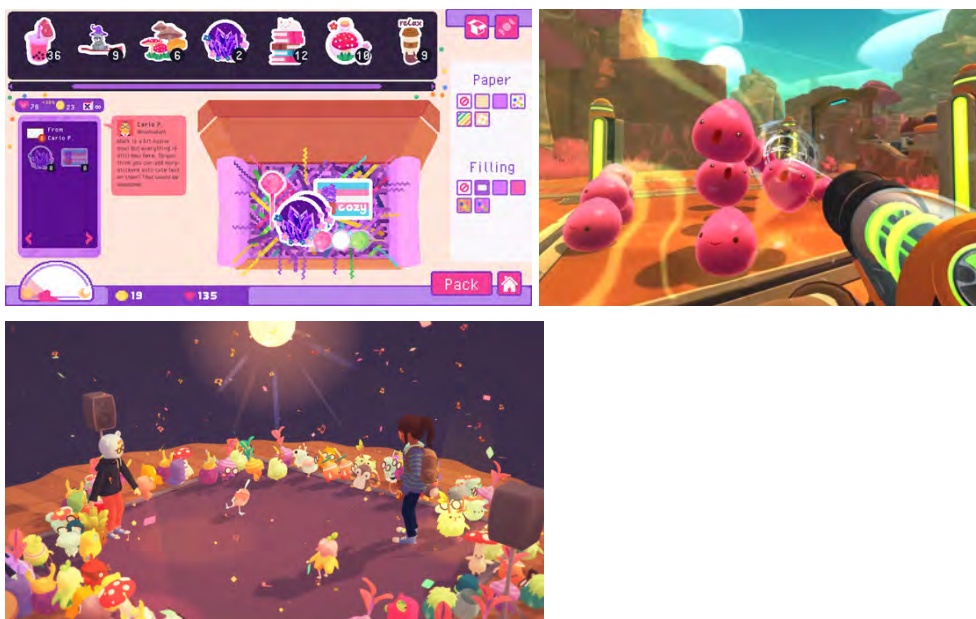


Abb.66 *Sticky Business, Slime Rancher* und *Ooblets*: Cozy Games mit *kawaii* Elementen

Kawaii Elemente, wie in [Kapitel 3.2](#) beschrieben, sind häufig Teil von Cozy Games. Vor allem im Charakter- und Kreaturdesign sind die durch japanische Popkultur etablierten Proportionen vorherrschend. Typische Merkmale sind Knopfaugen und niedliche Designs. Einige Spiele greifen kawaii Elemente jedoch nicht nur partiell auf, sondern priorisieren sie im Großteil ihrer Designentscheidungen. Sie äußern sich durch helle Farben und runde Formen. Die freundlich-kindliche Assoziation mit dieser Ästhetik erleichtert den Zugang zu diesen Titeln und kann eine positive Cozy Spiel Erfahrung begünstigen. Ein besonderes Spannungsverhältnis entsteht dann, wenn Niedlichkeit mit düsteren oder traurigen Themen kombiniert wird.

Manga/Anime (Abb.67)

Beispiele: *Cuisineer*, *Baldo*, *Neko Odyssee*, *Ova Magica*, *Sumire*, *Fields of Mistria*, *Coffee Talk*

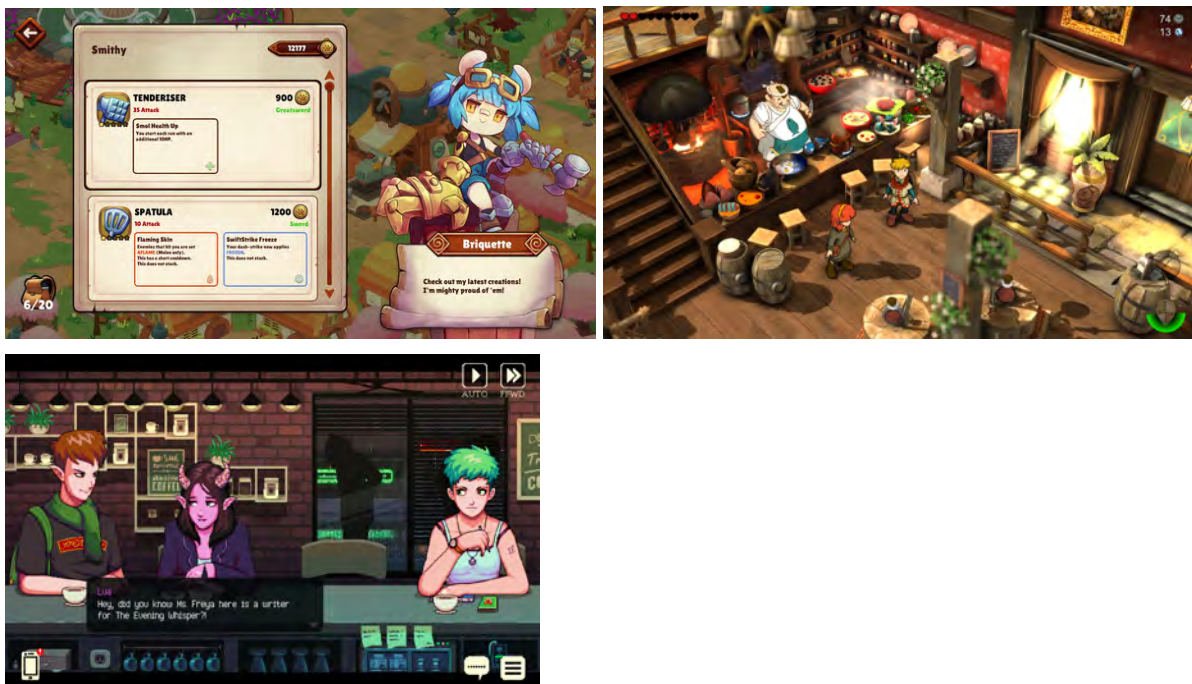


Abb.67 *Cuisineer*, *Baldo* und *Coffee Talk*: Cozy Games mit Manga/Anime-Elementen

Ähnlich wie Spiele mit kawaii Elementen nehmen Spiele mit einem Manga/Anime-Stil direkten Bezug auf japanische Gestaltungskonventionen. Charaktere weisen die typischen Gesichts- und Körperproportionen von Manga-Charakteren auf, besitzen bunte Haare und große Augen. Als Zielgruppe wird hier klar die Fangemeinde japanischer Medien priorisiert, doch auch andere Spieler:innen können Gefallen daran finden. Das Spiel *Baldo* im Speziellen orientiert sich mit seinen Designs explizit an der Optik des bekannten japanischen Animationsstudios Ghibli, dessen Animes als bedeutender Teil der Cozy Culture gelten.

Westliche Cartoons (Abb.68)

Beispiele: *Bear and Breakfast*, *Toem*, *A Short Hike*, *Time on Frog Island*, *Röki*, *Good Pizza Great Pizza*

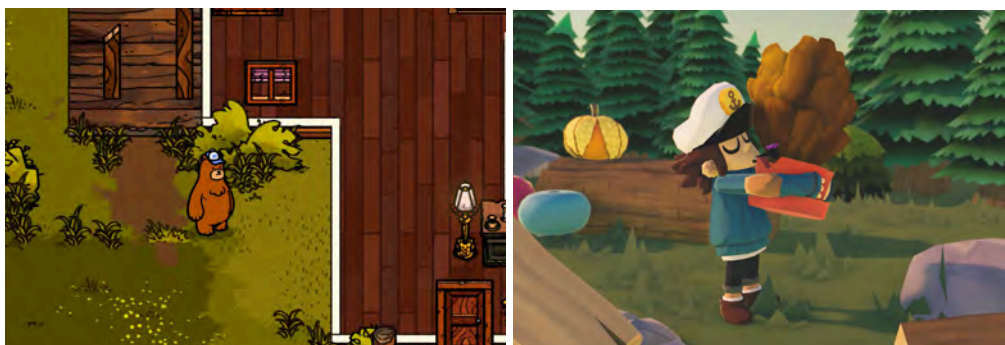




Abb.68 *Bear and Breakfast, Time on Frog Island* und *Röki*: Cozy Games mit Elementen westlicher Cartoons

Cozy Games, wie die oben genannten Beispiele, bedienen sich den Gestaltungsmerkmalen europäischer und amerikanischer Cartoons und Comics, wobei diese stilistisch stark variieren können. Auch hier kann durch den direkten gestalterischen Bezug zu Kinderserien und anderen Medien das Gefühl von Mediennostalgie ausgelöst werden. Die Farbwelten sind oft freundlich und bunt und sollen damit positive Gefühle für die Cozy Erfahrung bei Rezipient:innen erzeugen.

Abstrakte/ minimalistische Spiele (Abb.69)

Beispiele: Post Cards



Abb.69 *Post Cards*, ein minimalistisches Cozy Game

Wie bereits erörtert, steht Stilisierung und damit einhergehende Abstraktion im Gegensatz zum Realismus, und die meisten Cozy Games zeichnen sich durch diese Merkmale aus. Auch *sehr* abstrakte oder minimalistische Spiele können cozy gestaltet sein.

Oft handelt es sich bei Titeln dieser Art um Rätsel- und Puzzlespiele. Priorisiert man Game-Mechaniken über Setting, so erfüllen zwar viele Puzzlegames die Bedingungen für stressfreies, konsequenzlos Cozy Game Design. Die Gefahr besteht jedoch, dass ein zu abstrahierter Stil keinen Raum für Cozy Elemente, wie ein funktionelles Setting/Motiv (siehe [Kapitel 4](#)) oder zugängliche Charaktere und Symbole lässt. Ein Beispiel ist hier das Spiel *Cubism*, das vom Cozy Game Kurator *Wholesome Games* zwar gelistet wird, jedoch keine der typischen Cozy Gestaltungselemente aufweist. In einem GDC Talk aus 2017 berichtet

Jenny Jiao Hsia über die Entwicklung des Puzzle-Spiels *Stellar Smooch*, dass die Grafik des Spiels zunächst „langweilig“ ausgesehen habe. Erst als sie den Planeten kawaii Elemente, in diesem Fall Gesichter, hinzugefügt habe, sei es zugänglicher und humoristischer geworden (vgl. Jiao Hsia, J. 2017), was der These ScottMcClouds unterstreicht, dass Menschen sich gern selbst in Objekten sehen und Smileys deswegen so gut funktionieren (vgl. McCloud 2001 S. 41). Spiele entsprechen also eher den visuellen Konventionen von Cozy Games, wenn sie Merkmale wie Motiv, Charaktergestaltung und Farben vereinen. Je abstrakter oder minimalistischer ein Spiel ist, desto schwieriger ist dies.

Hervorzuheben ist, dass Merkmale verschiedener Kategorien gleichzeitig auftreten können. Die Kategorien sind nur für die Einordnung der primären Charakteristika zu werten. Gelungene (Re-)Kombinationen der verschiedenen Stile ermöglichen das Kreieren neuer, individueller Artstyles. Diese stärken einerseits den Wiedererkennungswert eines Titels und vermindern das Risiko, in der Masse des Spieleangebots nicht aufzufallen. Andererseits wird durch einen einzigartigen Artstyle ermöglicht, dass die spezifischen Bedürfnisse eines bestimmten Spiels bestmöglich erfüllt werden.

6.1.2 Signifikanz des Artstyles für Cozy Games

“Game play is very important too, but graphics and visuals are what seize the heart and mind” beschreibt der Erfinder des *SNES* Masayuki Uemura schon im Jahre 2000 in einem Interview die Bedeutung der visuellen Gestaltung für Spiele (Shmuplations 2022f).

Für Cozy Games hat der Artstyle bzw. die visuelle Gestaltung eine besonders hohe Signifikanz. Dies lässt sich daran erkennen, dass sie bei der Spieleselektion von Cozy Spieler:innen einen bedeutenden Stellenwert einnimmt. Es gibt Spiele, deren Grafikstil den zuvor beschriebenen Kategorien entspricht, deren Game Design jedoch nicht die typischen Merkmale von Cozy Games aufweist. Ein prominentes Beispiel für Spiele dieser Art ist der Plattformer *Hollow Knight*, dessen handgezeichnete 2D-Grafik sowohl Elemente westlicher Cartoons als auch kawaii Merkmale aufweist. Die Schwierigkeit, das in hohem Maße Fehler bestrafende Game Design und damit das hohe Stress- und Frustrationspotential entsprechen jedoch nicht den Kriterien eines Cozy Games. Man könnte sogar sagen, das Game Design von *Hollow Knight* entspricht dem Gegenteil. Viele Spieler:innen berichten, das Spiel aufgrund der zu hohen Schwierigkeit abgebrochen zu haben oder sich einen „Easy Mode“ zu wünschen, da sie die Atmosphäre und die Grafik des Spiels sehr mögen.⁶⁵ Dennoch wird der Titel aufgrund seiner Grafik oft von Cozy Game Spieler:innen kontrovers diskutiert. Teilweise

⁶⁵ https://www.reddit.com/r/HollowKnight/comments/oj2ids/i_wish_this_game_had_an_easy_mode/

wird *Hollow Knight* als Cozy Game bezeichnet,⁶⁶ von anderen hingegen aufgrund des Schwierigkeitsgrads klar als „nicht cozy“.⁶⁷ Als „Metroidvania“ teilt *Hollow Knight* grundlegende Game Design Elemente mit anderen Spielen dieses Genres. Teilweise sind sie sogar leichter. Sie werden jedoch von Spieler:innen aufgrund spezifischer Grafikmerkmale, wie düstere Designs und Stimmung, gar nicht erst als Cozy Game in Betracht gezogen. Das heißt, eine Kauf- und Spielentscheidung bleibt aus und das Game Design wird nicht hinsichtlich seines Potenzials für Coziness in Betracht gezogen. Robinson-Yu, Entwickler des Indie-Erfolgstitels und Cozy Games *A Short Hike* betont in einem Vortrag, dass er die visuelle Gestaltung und die Atmosphäre in der Entwicklung zuerst priorisiert hat, da ein Spiel nur wenig Zeit habe, die Aufmerksamkeit von Spieler:innen zu wecken (vgl. Robinson-Yu 2020). Diese Beispiele verdeutlichen, dass Cozy Grafikelemente für Spieler:innen dieser Kategorie von sehr hoher Wichtigkeit sind und die Selektion eines Titels maßgeblich beeinflussen können. Das ist selbst dann zu beobachten, wenn das Game Design, wie im Falle von *Hollow Knight*, nicht die Bedingungen eines Cozy Games erfüllt, die Grafik allerdings schon. Diese Beobachtung legt nahe, dass Spiele mit Cozy Game-Mechaniken ohne entsprechende grafische Indikatoren für Coziness, Schwierigkeiten haben dürften, ihre intendierte Zielgruppe zu erreichen und zu einem Kauf zu bewegen. Zudem lässt sie den Schluss zu, dass Cozy Spieler:innen Grafik zumindest initial priorisieren und das Game Design erst im Folgenden bewerten. Zusammenfassend ist die zumeist stilisierte Grafik von Cozy Games von maßgeblicher Bedeutung für die Cozy Erfahrung eines Spiels.

6.2 Dimension und Point of View

Während es sich bei *Harvest Moon* als erstes Cozy Spiel um einen *top down* 2D-Titel handelt, so brechen 3D-Nachfolger der Reihe und auch *Animal Crossing* diese Konvention nur bereits wenige Jahre später. Auch heute erscheinen sowohl erfolgreiche 2D- als auch 3D-Titel in der Kategorie Cozy Games. Hinsichtlich des *Point Of Views* variieren die Ansätze einzelner Spiele. So gibt es sowohl third person (z.B. *My Time at Portia*), top down (*Stardew Valley*), isometrische (*Witchbrook*) als auch sidescrolling (*Gris*) Cozy Games. Vergleichsweise weniger Cozy Games sind bisher mit einer first person Perspektive erschienen, jedoch gibt es auch hier Beispiele (*Slime Rancher*) und keine klar erkennbaren Gründe, die gegen first person Titel als Cozy Games sprechen. Diese Beobachtungen lassen darauf schließen, dass sowohl Zwei- als auch Dreidimensionalität sowie jegliche

⁶⁶

https://www.reddit.com/r/CozyGamers/comments/17n597s/comment/k7rf3s2/?utm_source=share&utm_medium=web3x&utm_name=web3xcss&utm_term=1&utm_content=share_button

⁶⁷

https://www.reddit.com/r/CozyGamers/comments/168m7rf/comment/jvy3nv0/?utm_source=share&utm_medium=web3x&utm_name=web3xcss&utm_term=1&utm_content=share_button

perspektivisch Ansätze Potenzial für eine Cozy Erfahrung besitzen. Entscheidender sind der Artstyle und der Stilierungsgrad.

6.3 Farbgestaltung und ihr affektives Potenzial

Die Funktionalität von Farben als Designmittel in der visuellen Kommunikation und jeglicher bildlicher Medien ist immens und umfasst eine Vielzahl von Aspekten, die das Erscheinungsbild und die Wahrnehmung von Gestaltungselementen beeinflussen. Farben können die Aufmerksamkeit erregen und lenken, die Lesbarkeit verbessern, die Identität und Markenwahrnehmung stärken sowie die Benutzererfahrung beeinflussen. Durch die bewusste Auswahl und Kombination von Farben können Designer:innen eine gewünschte Atmosphäre schaffen, die die Botschaft und Zweck ihres Designs unterstützt. Die Wirkung von Farben ist vielschichtig und kann subtil oder auffällig sein, je nach Kontext und Anwendungsbereich. Diese allgemeingültigen Prinzipien und formalen Ansprüche der visuellen Kommunikation sind auf Spiele aller Kategorien und Genres anwendbar und werden daher im Detail nicht weiter thematisiert. Stattdessen soll der folgende Abschnitt Farben hinsichtlich ihres affektiven Potenzials behandeln.

Da die Cozy Erfahrung in Cozy Games im Besonderen darauf beruht, dass beim Spielen bestimmte Stimmungen und Emotionen ausgelöst werden, fungieren Farben in Cozy Games vor allem diesbezüglich als wichtige Gestaltungselemente.

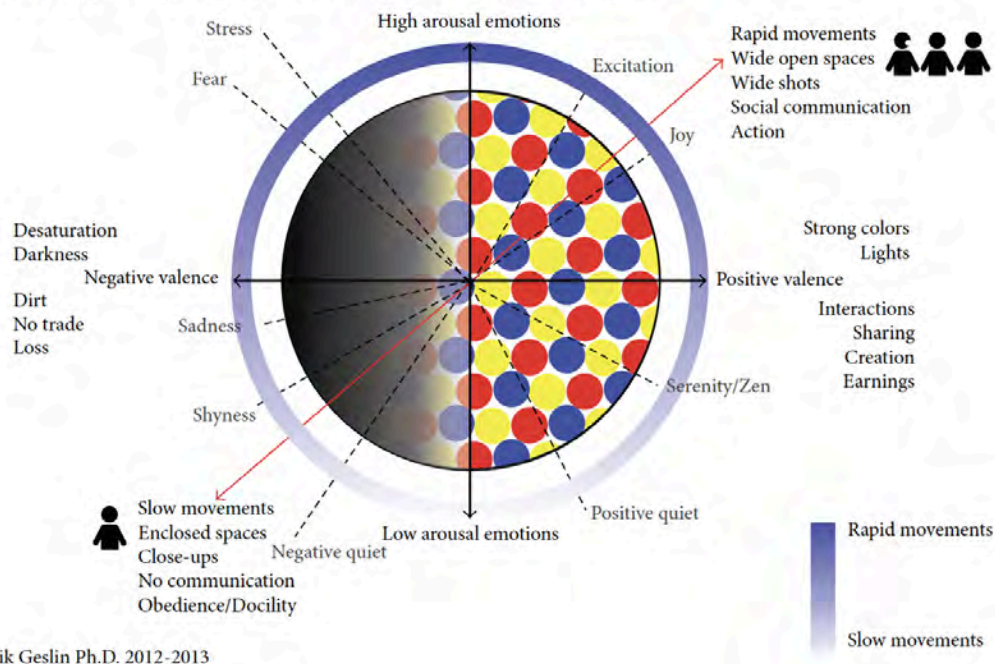
Game Designer:innen verwenden laut Breiner Farbe schon seit den 1970er Jahren gezielt, um „spezifische Emotionen hervorzurufen“ (Breiner 2018). Allerdings geschah dies meist intuitiv und in Berufung auf die gängigen Farbassoziationen (vgl. ebd. 2018).

Eine Studie aus dem Jahr 2016 untersuchte den Einfluss verschiedener Farbeigenschaften auf das Hervorrufen von Emotionen in Videospiele. Die Ergebnisse zeigen eine „signifikante Korrelation zwischen Helligkeit, Sättigung, Luminanz und den Emotionen Freude, Traurigkeit, Angst und Gelassenheit.“ Weiterhin bestehen direkte Zusammenhänge zwischen der „Farbvielfalt, der Salienzmenge und der Stimulusauffälligkeit sowie den Emotionen, die von den Spielern ausgedrückt werden“ (Geslin, E., Jégou, L., & Beaudoin, D. 2016). Basierend auf diesen Ergebnissen entwarfen Geslin et al. das „*Circumplex model for emotions induction in video games and virtual environments*“ zur Anwendung für Spieleentwickler:innen. (Abb.70) Dies zeigt auf, dass nicht nur die assoziative Kraft einzelner Farben ein effektives Mittel zur visuellen Gestaltung eines Spiels und dem Auslösen von Emotionen sein können, sondern auch die Berücksichtigung spezifischer Eigenschaften einer Farbe einen hohen Nutzen erzielen kann. Spiele, die Erkenntnisse dieses Modells noch vor seiner Entstehung intuitiv anwendeten, sind *Journey* (Thatgamecompany, 2013) und *Firewatch* (Campo Santo,

2016). Beide Spiele können retrospektiv als Cozy Games bezeichnet werden und erhielten bereits viel Aufmerksamkeit für ihr emotionales narratives Potenzial in Verbindung mit einer diesbezüglich effizienten visuellen (Farb-)gestaltung. „The art being in harmony with what the player is feeling really does add to the immersive realness of the player experience“ beschreibt Jane Ng, eine der Artists des Spiels *Firewatch*, die korrelative Bedeutung der visuellen Gestaltung mit der gewünschten emotionalen Reaktion des Rezipienten (Ng 2015). Vor allem die sich je nach Spielsituation variierende Farblichkeit des Himmels in *Firewatch*, dessen Gameplay vor allem aus dem Erkunden eines naturbelassenen Waldes während der Entfaltung einer emotionalen Geschichte besteht, sei laut Ng von großer Bedeutung für das Erzeugen affektiver Reaktionen gewesen (vgl. ebd. 2015, Abb.71). Auch Matt Nava, Art Director des Cozy Spiels *Journey*, berichtet, dass die Farbe des Himmels für die emotionale Gestaltung des Spiels eine besondere Rolle gespielt habe. So ist dieser in verschiedenen Abschnitten des Spiels ebenfalls unterschiedlich gefärbt, jedoch in nicht natürlichen Farben wie Grün. Erst am Ende, nach Überwinden eines tragischen narrativen Höhepunkts, erscheint der Himmel zum ersten Mal strahlend blau, um Spieler:innen als Belohnung für die vorangehenden Strapazen zu fungieren (vgl. Nava 2013). Das hinsichtlich seiner Ästhetik vielfach gelobte Spiel *Journey* nutzte außerdem sogenannte Color Scripts, ein Verfahren, das ursprünglich aus dem Bereich der Animationsfilme stammt. Mit Hilfe von Color Scripts (Abb.72) werden einzelne Szenen anhand ihrer Farbgebung und damit intendierter Stimmung geplant. Thatgamecompany, das Studio hinter *Journey*, erstellte Color Scripts um die unterschiedliche Emotionalität jedes dramaturgischen Spielabschnitts gezielt lenken zu können. Die narrative Komponente des Spiels, die in *Journey* ausschließlich non-verbal kommuniziert wird, wird so durch die visuelle Gestaltung maßgeblich unterstützt.

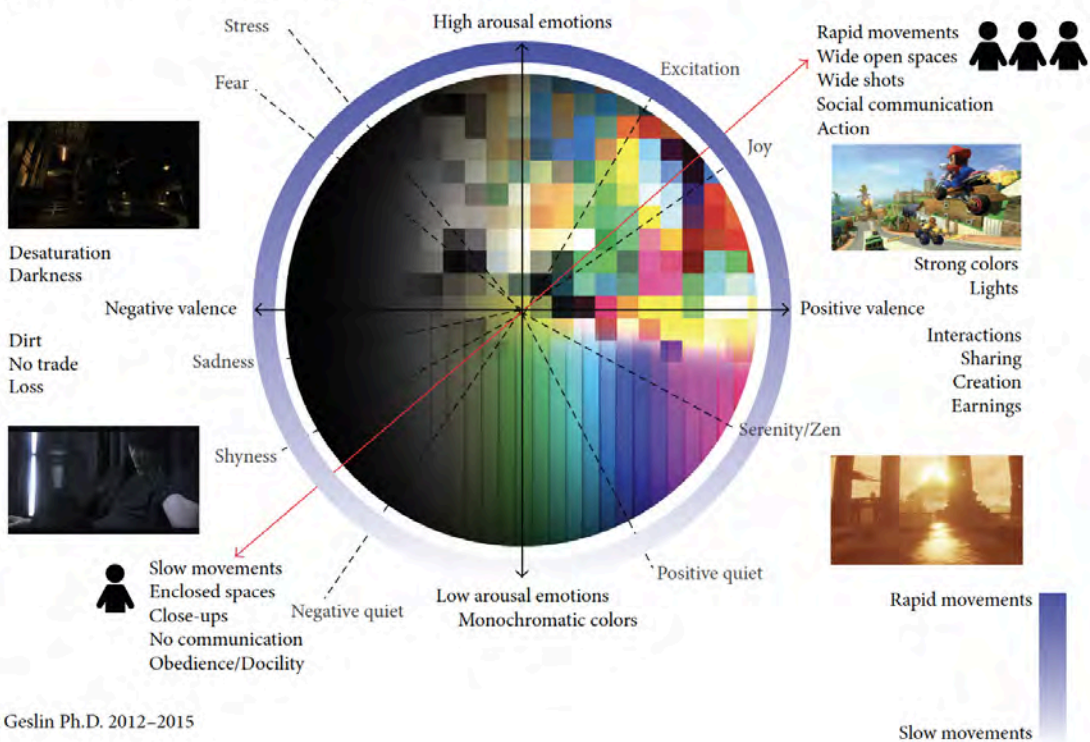
Beispiele erfolgreicher Cozy Spiele wie diese belegen die Bedeutung der Farbgestaltung für die Erzeugung von Emotionalität. Anzumerken ist hierbei, dass Cozy Spiele, wie in [Kapitel 6.1](#) besprochen, fast ausschließlich über eine stilisierte Grafik verfügen. Dies ermöglicht die Nutzung von Farben ohne das restriktive Ziel eines Realismusanspruchs. Die Farbwahl ist demnach unbeschränkt möglich und kann bewusst verwendet werden, um die gewünschte Wirkkraft, Funktion und/oder Symbolhaftigkeit zu verstärken.

Circumplex model for emotions induction in video games and virtual environments



© Erik Geslin Ph.D. 2012-2013

Circumplex model for emotions induction in video games and virtual environments



© Erik Geslin Ph.D. 2012-2015

Abb.70 „Circumplex model for emotions induction in video games and virtual environments“ nach Erik Geslin



Abb.71 Verschiedene Himmelsstimmungen in *Firewatch*



Abb.72 Color Scripts des Spiels *Journey*

6.3.1 Kategorien der farblichen Gestaltung von Cozy Games

Die Farbwelt von Cozy Games wird in journalistischen Texten oft generalisiert als „pastellfarben“, „sanft“ oder „hell“ beschrieben. Da sich die Genres innerhalb der Cozy Games Kategorie in den letzten Jahre immer mehr diversifiziert haben, unterschiedliche Genres von spezifischen visuellen Konventionen geprägt sind und generell jedes Spiel einen mehr oder wenig stark individualisierten Artstyle besitzt, ist eine verallgemeinernde Beschreibung in solch einer Verknappung hinsichtlich der Farbgebung jedoch unvollständig. Betrachtet man beispielsweise die oben genannten Attribute „hell“, „sanft“ und „pastellfarben“, so treffen diese definitiv auf viele, jedoch nicht auf die Farbschemata aller Cozy Games zu. Stattdessen ist es sinnvoll, gewisse häufig auftretende Muster in der Farbwahl hinsichtlich ihrer Funktion in Cozy Spielen zu benennen und zu kategorisieren. Die sich so ergebenden Farbkategorien werden im Folgenden aufgeführt. Hierbei ist zu beachten, dass Spiele die Merkmale mehrerer Kategorien simultan aufweisen können. Tatsächlich kann die

nutzungsorientierte Kombination verschiedener Kategorien ihre jeweiligen Funktionen weiter intensivieren.

Farbschemata	Helligkeit	Sättigung	Farbtemperatur
Natürliche Farben	Helle Farben	Saturierte Farben	Warme Farben
Pastellfarben	Dunkle Farben	Desaturierte Farben	Kühle Farben
Harmonisches/ limitiertes Farbschema			

Tabelle 3: Eigenes Werk

FARBSCHEMATA

Natürliche Farben (Abb.73)

Beispiele: *Minami Lane*, *Garden Galaxy*, *Stardew Valley (Mods)*, *Planet of Lana*, *Little Witch in the Woods*

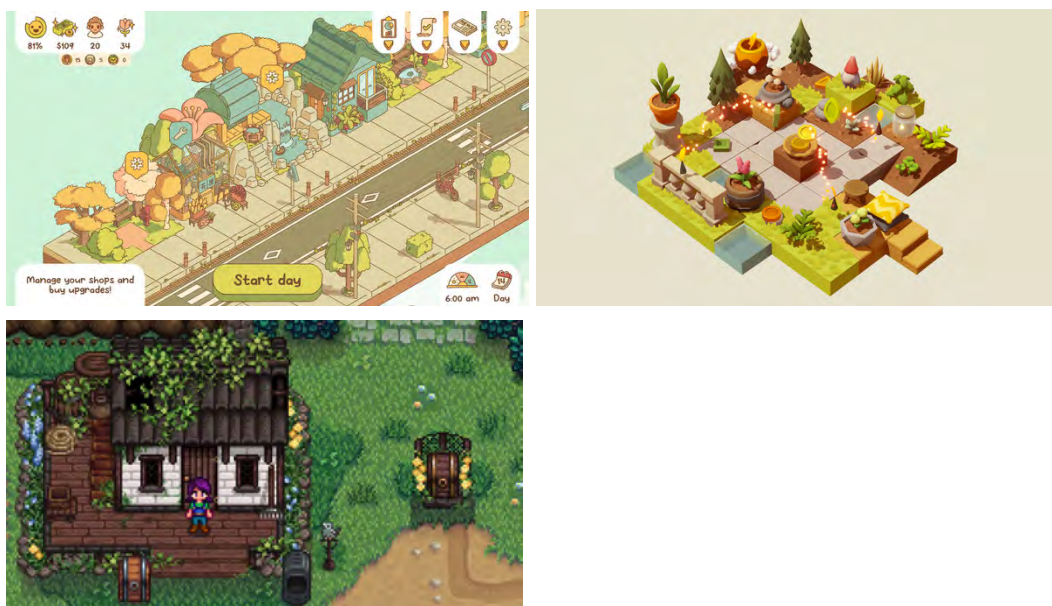


Abb.73 Natürliche Farben in *Minami Lane*, *Garden Galaxy* und *Stardew Valley* (gemoddet)

Natürliche Farben umfassen Farbtöne der Natur, ihrer Prozesse und natürlich gewonnener Ressourcen. Da Natur, wie in [Kapitel 4.1](#) bereits erläutert, das häufigste Motiv und/oder Setting sowie Grundlage vieler wiederkehrender Game-Mechaniken (Landwirtschaft, Pflanzen aufziehen, Bergbau, Angeln, Tiere versorgen usw.) in Cozy Games darstellt, sind auch natürliche Farbschemata Kennzeichen der visuellen Gestaltung einer Vielzahl von Titeln. Spiele mit einer naturnahen Farbgestaltung profitieren von der positiven,

beruhigenden und eskapistischen Assoziation zur Natur. Primär im Fokus stehen dabei Grüntöne (Pflanzen), Braun (Holz, Erde) und Blau (Himmel, Wasser), die laut June McLeod, Autorin des Buches *Colour Psychology Today*, positive Effekte der Sicherheit Entspannung bieten. (McLeod 2016) Assoziativ vereint diese Farben die symbolische Bedeutung von Attributen wie Ruhe, Harmonie und Sicherheit. Auch weitere Naturfarben, insbesondere solche, die durch natürliche Zyklen wie den Wechsel von Tag und Nacht sowie den Jahreszeiten bedingt sind, fallen in diese Kategorie. Beispiele sind die Betonung eines rot schimmernden Sonnenuntergangs, pastellfarbener Blüten im Frühling, oder herbstlicher, warmer Farben von fallenden Laubblättern oder Pilzen im Wald. Dabei ist vor allem die Ästhetik des Herbstes bei Cozy Spieler:innen sehr beliebt.

Im Gegensatz dazu steht die Verwendung von Farben technischer, künstlicher und futuristischer Elemente wie Metall und Neonlichter. Eine übermäßige Nutzung dieser sollte im Sinne der Cozy Erfahrung vermieden oder nur bewusst mit dem Ziel der Kontrastierung angewendet werden. Anzumerken ist hier, dass die gewählten Farben trotz ihrer direkten Relation zur Natur dabei keineswegs faktisch *realistisch* sein müssen. Gerade grafisch stilisierte Spiele lassen nuancierte Abstufungen einer Farbe hinsichtlich Tonalität, Helligkeit, Sättigung und Temperatur zu, mit dem Ziel, harmonische und visuell ansprechende Farbkompositionen zu Gunsten einer Emotionsavozierung zu erschaffen. Um ein stimmiges Farbschema mit Naturassoziation zu kreieren, genügt es also nicht, einen *beliebigen* Grün- oder Brauntönen zu benutzen. Stattdessen sollten die Farben stets in Berufung auf Prinzipien der visuellen Gestaltung präzise anhand ihres visuellen und funktionalen Kontext gewählt werden. Ein Beispiel dafür bieten die vielen verfügbaren Recolour-Mods für *Stardew Valley* (siehe [Kapitel 3.1.5](#) Mobile Plattformen und [Kapitel 3.1.6](#) User Generated Content) Diese nehmen keine strukturellen Veränderung an den Sprites des Spiels vor, sondern färben diese lediglich zugunsten eines harmonischen, kohärenten und oftmals desaturierteren Farbschemas um (Abb.73)

Zum einen lässt sich anhand dieser Mods die *präferierte farbliche Ästhetik* vieler Spieler:innen von *SDV*, aber auch Cozy Games allgemein ableiten. Zum anderen ist zu beobachten, dass viele neuere Cozy Spiele mit primär natürlichen Farben sich eher der farblichen Ästhetik dieser Mods orientieren, als an den Originalfarben von *SDV*.

Des Weiteren sind starke Ähnlichkeiten zur farblichen Gestaltung von Produkten der Cozy Culture (siehe [Kapitel 3.5.1](#) und anderen populären Ästhetik-Strömungen auf Instagram, wie Cottage Core (siehe [Kapitel 3.3.2](#)) festzustellen. Die Bedeutung eines sowohl natürlichen als auch harmonischen Farbschemas für die Cozy Erfahrung und die daraus entstandene Cozy Culture ist demnach deutlich erkennbar.

Pastellfarben (Abb.74)

Beispiele: *Surf Club*, *Townseek*, *Melatonin*, *Here Comes Niko!*, *Magic Trick*



Abb.74 Pastellfarben in *Surf Club*, *Melatonin* und *Here Comes Niko!*

Ein weiteres in Cozy Games etabliertes Farbschema ist die Verwendung von Pastellfarben. Diese bezeichnet sanfte, helle Farben, die durch Hinzufügen von Weiß zu gesättigten Grundfarben erzeugt werden. Typische Pastellfarben umfassen zarte Töne von Rosa, Blau, Gelb, Grün und Violett sowie andere helle Nuancen. Diese Farben werden oft als weich, beruhigend und unaufdringlich, aber auch kindlich, verspielt und feminin wahrgenommen. Diese Attribute machen sie zu effektiven Gestaltungsmitteln für Cozy Games, die eine entspannte Atmosphäre kreieren wollen. Spiele dieser Ästhetik verzichten zumeist gänzlich auf die Nutzung dunkler Farben, wodurch sich eine grundlegende funktionale Ähnlichkeit zu hellen Farben ergibt (siehe hierzu die Kategorie: helle Farben). Diese wird jedoch um die spezifischen Eigenschaften dieser Farbkombination erweitert. Pastellfarbene Spiele wirken im Vergleich zu Spielen mit natürlichen Farben surrealer, die Realität wird verniedlicht, was zu einem stilisierten Artstyle passt. Ästhetische Überschneidungen ergeben sich mit etablierten Internettrends, wie der Ästhetik von Lo-Fi-Musik, Retro-Animes, kawaii Elementen aber auch der Cozy Culture. So sind Streaming Setups von Cozy Spieler:innen oft pastellfarben und brechen damit traditionelle Konventionen der Videospieldkultur-Ästhetik, die von dunklen Farben geprägt ist.

Harmonisches/ limitiertes Farbschema (Abb.75)

Beispiele: *Apico*, *NAIAD*, *We Are OFK*, *Wychwood*, *Good Pizza Bad Pizza*, *Gris*, *Florence*, *A Tiny Echo*, *Firewatch*



Abb.75 Harmonische Farben in *NAIAD*, *Wychwood* und *Here Comes Niko!*

„Cozy games such as *Firewatch* depend a lot on a cohesive color palette“, beschreibt Jane Ng, eine der Artists des Spiels *Firewatch*, dessen farbliche Gestaltung (Ng 2015). Diesbezüglich schreibt auch Jane McLeod in ihrem Buch *Colour Psychology Today*:

„We are able to see approximately seven million colours and some combinations can create a clash of the senses, whereas other colour combinations create an atmosphere of harmony and balance. The right choice of colours can create a haven for relaxation or an upbeat environment that can increase productivity, stimulate the mind and raise energy levels“ (McLeod 2016).

Tatsächlich weisen viele Cozy Spiele eine reduzierte und harmonische Farbpalette auf. Farbharmonien werden für Betrachtende einerseits als angenehm empfunden, andererseits erlauben sie das gezielte Auslösen intendierter Emotionen durch bewusst selektierte Farben, wie im Falle des Spiels *Journey* und den zu diesem Zwecke erstellten Color Scripts.. Bei einer Betrachtung des *Circumplex-Modells zur Emotionsinduktion in Videospielen und virtuellen Umgebungen* nach Geslin et al. (im Folgenden kurz als Circumplex-Modell bezeichnet) wird zudem eine Verbindung zwischen der emotionalen Reaktion "Ruhe" bei Spieler:innen und einer reduzierten Farbpalette eines Spiels festgestellt, während eine erhöhte Farbvarianz stärkere emotionale Erregung hervorruft (vgl. Geslin et al., 2016 S.7).

Die Stärke einer eher monochromen Farbpalette liegt weiterhin darin, dass durch die bewusste Nutzung von Akzentfarben bestimmte Aspekte hervorgehoben werden können, was sowohl im Falle der Spieler:innenführung als auch zur emotionalen Lenkung von Vorteil sein kann.

HELLIGKEIT

Helle Farben (Abb.76)

Beispiele: Cozy Grove, Moonstone Island, Dordogne, Calico, Post Cards, Shin Chan: Meine Sommerferien mit dem Professor, Alba: A Wildlife Adventure

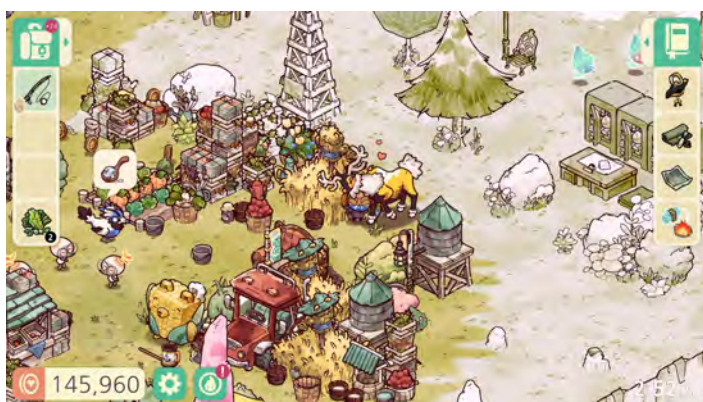


Abb.76 Helle Farben in Cozy Grove

Viele Cozy Games zeichnen sich durch eine tendenziell hohe Helligkeit aus. Helle Farben wirken aufgrund ihrer assoziativen Eigenschaften freundlich, zugänglich und friedlich.

Die unterschiedliche Wahrnehmung von hellen und dunklen Farben und die sich damit ändernde Motivation des Spielverhaltens war Thema einer Studie aus 2015. Eine Gruppe von Proband:innen übernahm die Rolle eines hell gekleideten Avatars, die andere Gruppe die eines schwarz gekleideten Avatars. Untersucht wurde im Folgenden das Verhalten der Spieler:innen einem hilfsbedürftigen Charakter gegenüber. Laut Ergebnissen verhielten sich 21% der Spielerinnen des schwarz gekleideten Avatars antisozial, wohingegen sich nur 6% der in weiß gekleideten Gruppe antisozial verhielten (vgl. Breier 2018 S.81).

Betrachtet man zudem das Circumplex-Modell nach Geslin et al. (Abb 70), so verstärkt sich die Korrelation zwischen positiven emotionalen Reaktionen wie Freude und Aufregung von Spieler:innen und hellen Farben. Dieser Effekt wird mit steigender Sättigung erhöht. Helle Farben bewirken außerdem das Gefühl von Selbstsicherheit in den Rezipient:innen. (vgl. Geslin et al. 2016 S.7). Diese Ergebnisse legen nahe, warum verhältnismäßig viele Cozy Spiele auf eine helle Farbgebung setzen. Das Erzeugen einer Cozy Erfahrung anhand positiver Assoziationen, Motivation sowie affektiver Änderungen wird mit einer hohen Helligkeit erleichtert. Dies bedeutet jedoch nicht, dass Cozy Spiele gänzlich in hellen Tönen

gestaltet werden müssen. Der akzentuierende Kontrast zwischen hellen und dunklen Elementen (zum Beispiel erleuchtete Fenster in der Nacht) kann die positive Wirkung der hellen Farben unterstreichen.

Dunkle Farben

Beispiele: Hollow Knight, Coffee Talk, Way to the Woods, Before Your Eyes, Stray, Mutazione

Cozy Games mit einem vornehmend dunklen Farbschema sind bedeutend seltener als Cozy Spiele mit einem hellen Farbschema, was die öffentliche Wahrnehmung von Cozy Games als zumeist helle Spiele belegt. Um die Coziness nicht zu negieren, ist hier die Wahl eines stilisierten Artstyles von besonderer Bedeutung. Ein Beispiel für die positive Wirkkraft eines solchen Stils in Verbindung mit dunklen Farben stellt das Platformer-Spiel *Hollow Knight* (Abb.77) dar, dessen hoher Schwierigkeitsgrad und damit verbunden ein erhöhtes Frustrationspotential, *nicht* den Kriterien eines Cozy Games entspricht. Aufgrund seines stilisierten Artstyles mit kawaii Elementen wird das Spiel jedoch von vielen zumindest augenscheinlich als Cozy Spiel bezeichnet. Der Hauptcharakter ist mit seinen gleichzeitig antromphen, chibi-ähnlichen Proportionen *sehr hell* im Vergleich zu der dunklen Gestaltung des Hintergrunds, was einerseits die Lesbarkeit aber auch positive Wahrnehmung im Kontrast zu einer düsteren Welt verstärkt. Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass eine helle Farbgestaltung durch positive Assoziationen und Wahrnehmungsmuster eine Cozy Erfahrung bestmöglich erleichtert, wohingegen eine dunkle Farbgestaltung durch belegbar negative Effekte der Emotionalität eine noch *genauere Koordination* aller visuellen Elemente erfordert. Dunkle Farben können dann als bewusstes narratives und/oder atmosphärisches Mittel sowie zur Kontrastbildung genutzt werden und die Emotionalität eines Spiels bestärken. *Emotionen*, selbst negativer Art, sind dabei ein *bedeutendes Merkmal* der Cozy Erfahrung. Ein stilisierter Artstyle ist für die Nutzung eines dunklen Farbschemas jedoch von *absoluter Signifikanz*, um die Cozy Erfahrung durch negative Themen oder dunkle Farben nicht zu negieren.

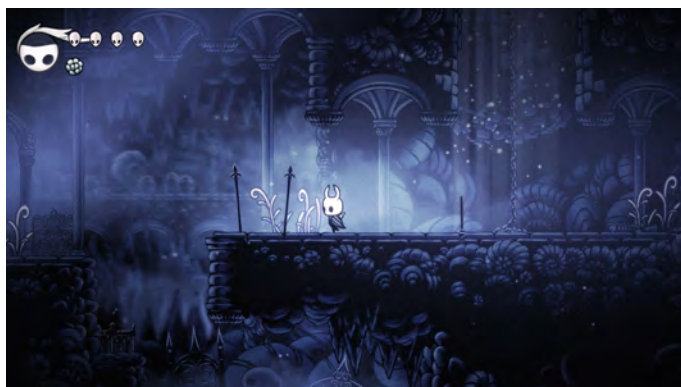


Abb.77 Dunkle Farben in *Hollow Knight*

SÄTTIGUNG

Desaturierte Farben (Abb.78)

Beispiele: *Lapin*, *Snufkin: Melody of Moomin Valley*, *Koru*, *TOEM*, *A Walk With Yiayia*, *Cloud Gardens*



Abb.78 Desaturierte Farben in *LAPIN*

Im Vergleich zu stilisierten Spielen anderer Kategorien ist auffällig, dass viele Cozy Games zumeist eine eher entsättigte farbliche Gestaltung aufweisen. Während das Circumplex-Modell nach Geslin zwar aufzeigt, dass entsättigte Farben negative Emotionen wie Angst intensivieren können, so ergibt sich eine positive Korrelation von ungesättigten Farben in Verbindung einer geringeren chromatischen Diversität und dem damit entstehenden Gefühl von Ruhe (vgl. Geslin et al. 2016 S.7), das eine äußerst starke Emotion hinsichtlich vieler Cozy Games darstellt. Die entsättigten Farben verstärken zudem den angestrebten Effekt vom imitieren traditioneller Mal- und Reproduktionstechniken vieler Cozy Games. Nostalgiepotenzial entsteht durch die Verwendung ungesättigter Farben als etabliertes Mittel für die Darstellung der Vergangenheit. Erfahrungen hinsichtlich der eintretenden affektiven Reaktion "Ruhe" verstärken und profitieren weiterhin von den gestalterischen Konventionen für die Darstellung mediennostalgischer Referenzen.

Saturierte Farben (Abb.79)

Beispiele: *Sticky Business*, *Hohokum*, *Slime Rancher 2*, *Phogs!*

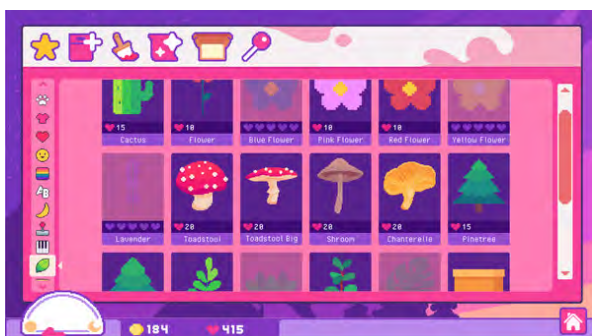


Abb.79 Saturierte Farben in *Sticky Business*

Cozy Spiele mit einer hohen Sättigung der Farben besitzen meist eine hohe chromatische Diversität sowie eine hohe Helligkeit. Dies unterstützt die Erkenntnisse des Circumplex-Modells nach Geslin, nach dem positive Emotionen wie Freude vor allem durch eine Kombination dieser drei Farbeigenschaften entstehen (vgl. Geslin 2016 S.7).

Coziness kann so also leichter erzielt werden als bei ungesättigten Farben, die eine spezifische Selektion von Farben anhand eines harmonischen Schemas und einer reduzierten Farbvielfalt erfordert. Allerdings verlieren sehr bunte, gesättigte Spiele das Potenzial, differenzierte Emotionen durch eine spezifische Farbwahl auszulösen.

FARBTEMPERATUR

Warme und kühle Farben (Abb.80)

Beispiele: *A Short Hike*, *Sunset Hills*, *Firewatch*, *Röki*



Abb.80 Warme und kühle Farben in *Sunset Hills* und *Röki*

Viele Cozy Games nutzen in ihrer farblichen Gestaltung einen Kontrast aus warmen (Rot, Orange) und kühlen Farben (Blautöne). Grund dafür könnten physiologische Prozesse sein, da langwellige, warme Farben wie Rot das Gehirn stimulieren, kurzwellige, kühle Farben wie Blau hingegen Ruhe auslösen (vgl. Breier S. 88). Während diese neuronalen Reaktionen also eher für die Nutzung kühler, kurzweiliger Farben für Cozy Games sprechen würden, so besteht das Potenzial warmer und kühler Farben jedoch neben einem rein

visuell-gestalterischen Kontrast durch ihre konträre assoziative Symbolkraft. Wärme bietet Sicherheit, warmes Kaminlicht steht für Gemütlichkeit. Spiele wie *Sunset Hills* oder *Firewatch* nutzen warme Farbschemata in Anlehnung an die Farblichkeit eines Sonnenuntergangs, *A Short Hike* hingegen orientiert sich am warmen Licht eines strahlenden Sommertags. Beiden Motiven ist eine thematische Cozy Erfahrung inherent. Während *A Short Hike* die Unbekümmertheit eines Sommerferienabenteuers illustriert, nutzen *Firewatch* und *Sunset Hills* die Melancholie eines sich dem Ende zu neigenden Tages und der Sicherheit der letzten Sonnenstrahlen, kurz bevor die Nacht eintritt. Dieser Kontrast verstärkt die Symbolhaftigkeit und damit die Cozy Erfahrung. Das narrative Cozy Spiel *Röki* hingegen benutzt konträr dazu ein überwiegend kühles Farbschema, repräsentativ für seinen winterlichen Handlungsraum. Warme Farben werden sporadisch genutzt, um das Erreichen eines sicheren, warmen Ortes zu betonen. Die Entfaltung der Cozy Erfahrung entsteht hier also im Spannungsverhältnis der kalten winterlichen Umgebung und einer beschwerlichen Reise und dem Erreichen eines sicheren warmen Refugiums. Die Wirkkraft von warmen und kühlen Farben für die Cozy Erfahrung ergibt sich demnach aus ihrer Symbolkraft sowie ihrem konträren Spannungsverhältnis zueinander und kann gezielt dafür genutzt werden, emotionale Reaktionen zu erzeugen.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die Nutzung selektierter Farbwelten einen wesentlichen Faktor der visuellen Gestaltung von Cozy Games darstellt, um *Emotionen* sowohl zu *visualisieren* als auch bei Rezipient:innen *auszulösen*. Während Cozy Games bisher zumeist mit Attributen wie „sanft“, „pastellfarben“ oder „hell“ bezeichnet wurden, so lassen sich anhand der Kategorisierungen weitere Merkmale für die farbliche Gestaltung von Cozy Games erkennen, die auf unterschiedliche Art Potenzial für die Vertiefung der Cozy Erfahrung bieten. Als besonders effektiv erweist sich eine kombinierte Nutzung verschiedener Kategorien, zum Beispiel desaturiert + harmonisches Farbschema, oder hell + saturiert + hohe Farbvarianz. Kontrast, als eines der stärksten Mittel zur Erzeugung der Cozy Erfahrung im Game Design und in den Cozy Motiven, findet sich auch in der farblichen Gestaltung wieder, insbesondere durch den Einsatz von hell und dunkel sowie kühl und warm. Es lässt sich beobachten, dass auch Farbwelten, deren initiales affektives Potenzial eher negative Emotionen umfasst, wie dunkle und desaturierte Farben, auf diese Weise für die grafische Gestaltung von Cozy Games nutzbar gemacht werden können.

6.4 Beleuchtung/ Licht

Dänemark hat im Schnitt 179 Regentage im Jahr (vgl. Wiking 2017 S. 16) und gerade im Winter und Herbst sind die Tage kurz. Um sich der Dunkelheit und Tristesse zu entziehen, ist

es für mehr als die Hälfte der Dän:innen normal, zu diesen Jahreszeiten täglich Kerzen anzuzünden (vgl. ebd. 2017 12). Wiking bezeichnet den Gebrauch von Kerzen in Innenräumen als besonders *hyggelig* (vgl. ebd. 2017 S.11), und formuliert die Regel, dass die Entfaltung von Hygge bei niedrigen Temperaturen mit warmer Beleuchtungen steigt (vgl. ebd. 2017 S. 15). Die perfekte Lichttemperatur liegt demnach laut Wiking bei 1800K, was dem Licht von Sonnenuntergängen und Kerzenflammen entspricht. Je wärmer (und indirekter) das Licht also ist, desto gemütlicher wird ein Ort. Diese Regeln der Beleuchtung lassen sich auf Cozy Games übertragen, da in Spielen die Beleuchtung einen elementaren Bestandteil des Leveldesigns darstellt. Während 3D-Spiele die Möglichkeit bieten, Räume physikalisch korrekt auszuleuchten, was eine exakte Übertragung dieser Prinzipien zulässt, so können auch 2D-Spiele dieses Prinzip anwenden, indem sie beispielsweise die warmen Farben eines Kaminfeuers in ihrer Farbpalette aufgreifen und damit eine positive emotionale Stimmungen erzeugen, was *effektiver* für die Cozy Erfahrung ist *als physikalische Korrektheit*. Fahlenbrach und Schröter bezeichnen dies als „affektives Raumdesign“. Dabei handelt es sich um „ein zentrales Prinzip in vielen Spielen, die auf lineares Storytelling verzichten.“ Es wird „auf die Evozierung von Stimmungen und Affekten durch Aspekte wie Set-Design, Farbpaletten oder Sound-Design gesetzt“ (Fahlenbrach, Schröter 2016 S. 286). Gerade das Ausleuchten von Innenräumen führt in der realen Welt zu einer erhöhten *Hyggeligkeit*, in Spielen zu einer Cozy Erfahrung. Doch auch das Licht von Sonnenuntergängen oder der Kontrast von warm erleuchteten Fenstern im Kontrast zur farblich kühleren Spielumgebung erzielt diesen Effekt.

6.5 Characterdesign

In der Welt narrativer visueller Medien stellen Charaktere eine zentrale Rolle dar, indem sie nicht nur als handelnde Figuren agieren, sondern auch als emotionale Ankerpunkte für die Spieler:innen dienen. Ihr Design beeinflusst dabei maßgeblich die Spielerfahrung und trägt dementsprechend zum Erfolg eines Spiels bei.

Deborah Henderson, Forscherin bei Microsoft, betont die Bedeutung von Charakteren in Videospielen, indem sie feststellt: „Characters are more engaging in games to players than narrative is“ (Hendersen 2014). Neben den in [Kapitel 5.2.9](#) behandelten Aspekten des Innenlebens und der markanten Eigenschaften von Charakteren spielt die visuelle Prägnanz eine entscheidende Rolle bei der Erschaffung glaubwürdiger Figuren (vgl. McCloud, 2007, S. 62ff). Characterdesign bezieht sich demnach auf die *phänotypische* Gestaltung von Figuren, wobei dieser Begriff die äußerliche Erscheinung und die visuellen Merkmale der Charaktere umfasst. Produktives phänotypisches Characterdesign strebt in der Regel eine harmonische Korrelation zwischen der äußeren Erscheinung und den inneren Persönlichkeitsmerkmalen

einer Figur an, um Dissonanzen zu vermeiden und eine leicht verständliche Rezeptionserfahrung zu ermöglichen. Es ist jedoch wichtig anzumerken, dass das bewusste Schaffen von Dissonanzen ein intendiertes Ziel sein kann, um bei Rezipient:innen eine gewollte Verwirrung zu erzeugen oder Raum für dramaturgische Wendepunkte zu lassen. Bedeutende Werkzeuge des Characterdesigns sind etablierte Gestaltungs-codes, wie Farbassoziationen und Formsprache. Diese ermöglichen unmittelbare Einsicht darüber, in welcher grundlegenden Beziehung NPCs oder Charaktere anderer Spieler:innen zu der eigenen Spielfigur stehen. Fahlenbrach und Schröter beziehen hierbei die Basiskategorien der sozialen Personenwahrnehmung, insbesondere die „agreeableness“ sowie „dominance“, die bei der Wahrnehmung von Personen „häufig als erstes registriert werden“ auf Charaktere in Online-Multiplayerspielen. Diese Kategorien geben Auskunft darüber, ob Personen uns freundlich gesinnt sind und wie machtvoll diese im Vergleich zu uns sind (Fahlenbrach, Schröter 2016 S. 188). Besonders im Multiplayer-Online-Spielen ist es entscheidend, die Rollen und Teamzugehörigkeiten anderer Spieler:innen anhand von Farben und markanten Silhouetten unmittelbar erkennen zu können. Nach Fahlenbrach und Schröter sind gegnerische Figuren „genreübergreifend [...] durch eine Vielzahl an emotionalen Markern gekennzeichnet“ (Fahlenbrach, Schröter 2016 S. 186). Diese emotionalen Marker können sowohl Formsprache als auch Farbwahl umfassen.

So stellen dunklere Farbpaletten sowie eckigere, spitze Formen im Charakterdesign etablierte Merkmale dar, um antagonistische Züge auf den ersten Blick zu betonen. Friedliche Charaktere hingegen zeichnen sich durch gegensätzliche emotionale Marker aus. Es ist üblich, freundliche und kindliche Figuren durch runde und weiche Formen sowie mithilfe heller Farbschemata darzustellen. Diese grundlegenden Rezeptionsvorgänge durch die Verwendung emotionaler Marker sind auch auf das Charakterdesign anderer Spielkategorien übertragbar und ergeben sich stark aus erlernten Konventionen innerhalb narrativer Medien in Verbindung mit wahrnehmungspsychologischen Prozessen.

Neben der Funktion von Farben als emotionaler Marker hat eine gezielte Farbwahl ebenso Einfluss auf den Wiedererkennungswert von Charakteren. So belegen Untersuchungen, dass „Farbe eine signifikante Rolle bei der Verbesserung der Gedächtnisleistung spielt“ (Wichmann et al. zitiert durch Breiner 2018 S. 72). Eine Marketingstudie legt weiterhin nahe, dass „Farbe die Wiedererkennung einer Marke um bis zu 80% steigern kann“ (Morton zit. nach Breiner 2018 S. 72). Des Weiteren betont Patrick Plourde, der Regisseur des Spiels *Child of Light*, die Bedeutung *ikonischer Merkmale* für die Gestaltung von Charakteren (vgl. Plourde 2017). Diese Merkmale tragen nicht nur zu ihrem Wiedererkennungswert bei, sondern führen außerdem zu einer prägnanten Individualität und gesteigerter Glaubwürdigkeit der Figuren. Die Wirksamkeit einprägsamer Farbschemata in Verbindung

mit ikonischen Designeigenschaften wird anhand bekannter Nintendo-Charaktere wie Link, Mario und Kirby verdeutlicht. So beschreibt Shigeru Miyamoto, Schöpfer der *The Legend of Zelda*-Reihe, in einem Interview das Aussehen des Hauptcharakters Link als sehr „(wieder-)erkennbar“. Das in vielen Ablegern der Reihe wiederkehrend grüne Gewand des Charakters gebe ihm eine Ähnlichkeit zu Peter Pan, die stets spitzen Ohren sorgen wiederum für eine magische Anmutung (vgl. Audureau 2012). Auch Mario, Held der *Super Mario*-Spiele, besitzt ein über die Jahre konsistentes Charakterdesign, bestehend aus einer roten Mütze, Schnurrbart, weißen Handschuhen und blauem Overall. Der Charakter ist so zu einer „rentablen Marke“ und einer wiedererkennbaren „populär-kulturellen Ikone des Videospielkosmos“ geworden (Schwingeler 2014 S. 239).

Diesem Konzept folgend ist auch der Nintendo-Charakter Kirby gestaltet, dessen Design anhand seiner emotionalen Marker als besonders „freundlich“ empfunden wird. (Abb.81)



Abb.81 Der Nintendo-Charakter Kirby

Seine Farbpalette umfasst beinahe gänzlich ein helles Rosa, während die Formsprache der Figur rund, weich und besonders simplifiziert ausfällt. Satoru Iwata, einer der Entwickler von „Kirby's Adventure“, betonte diesbezüglich, dass Kirby „so süß sein sollte, dass jeder ihn lieben würde.“ Gleichzeitig solle er „so einfach gestaltet sein, dass jeder ihn zeichnen könnte“ (Shmuplations, 2023b). Solch prägnantes Characterdesign stärkt nicht nur den Wiedererkennungswert, sondern fördert auch die Schaffung künstlerischer Werke durch Fans, wie beispielsweise Fan-Zeichnungen. In der heutigen stark visuell geprägten Social Media- und Online-Community-Kultur dienen solche Fan-Artefakte als bedeutende virale Marketinginstrumente für Spiele und Charaktere, die von Spieler:innen selbstständig erstellt und geteilt werden, ohne direkte Einwirkung von Spielefirmen. Sie tragen so zur weiteren Verbreitung und Popularität der Spiele und Charaktere bei und fungieren simultan als emotionale Bindemittel zu den Charakteren, da die Nutzer:innen auch außerhalb des eigentlichen Spiels Zeit mit ihnen und den damit verbundenen Marken verbringen.

Da gerade die wachsende Popularität von Cozy Games stark durch die Verbreitung auf Internetplattformen bedingt wird, eignen sich zugängliche und beliebte Characterdesigns im Besonderen, um Cozy Games zu vermarkten.

Beim Betrachten von Characterdesigns im Kontext von Cozy Games ist es zunächst wichtig zu beachten, dass diese stark vom Artstyle eines Spiels abhängen.

In Cozy Games bewegen sich die üblichen Artstyles, wie bereits in [Kapitel 6.1.1](#) diskutiert, beinahe ausschließlich im Bereich der Stilisierung und weisen daher kaum bis keinen Realismusanspruch auf. Demnach lassen sich die visuellen Grundlagen des Characterdesigns in Cozy Games denselben Kategorien der Cozy Game Artstyles (Retro/ Pixeloptik, Kinderbuch, kawaii Elemente/ Niedlichkeit, Westliche Cartoons, Abstrakt/ minimalistisch) zuordnen. Es gibt jedoch zwei spezifische Gestaltungskonventionen, die besonders hervorstechen:

Charaktere mit Chibi-Proportionen (Abb.82)



Abb.82 *Harvest Moon* Charaktere mit Chibi-Proportionen

Chibi (japanisch für klein, winzig, zwergenhaft) meint eine besonders stark stilisierten Zeichenstil für Figuren innerhalb des visuellen Manga- und Animekanons und steht in Beziehung zu den in [Kapitel 3.2.1](#) besprochenen kawaii Elementen. Chibi-Charaktere besitzen einen übermäßig groß proportionierten Kopf und betont große Augen im Vergleich zu einem besonders kleinen Körper.

Jiao Hsia, Game Artist, erklärt, dass Niedlichkeit oft unterschätzt wird, indem sie mit „kindisch und unreif sein“ assoziiert wird. Jedoch kann Niedlichkeit: „entwaffnen, sprechen und anziehen“ (Jiao Hsia 2017). Viele Cozy Games nutzen chibi-ähnliche Proportionen für die Darstellung ihrer Charaktere, so auch *Animal Crossing: New Horizons*.

Ihring beschreibt die Optik des Spiels und seiner Charaktere als die „Kleinkindversion von Gaming-Erfolgen der frühen Nullerjahre wie *Second Life* oder *Die Sims*“ (Ihring, S. 2020). Benti und Stadtmann setzen diese Beschreibung in einen direkten Bezug zum psychologischen Begriff des *Kindchenschemas* (Benti, Stadtmann 2021 S.2). Dieser meint Körper- und Gesichtsproportionen, sowie Verhaltensweisen, die denen von jungen Kindern

ähneln. Diese Merkmale werden von Menschen einerseits als besonders niedlich empfunden und lösen andererseits einen evolutionsbedingten Beschützerinstinkt in ihnen aus.⁶⁸ „This cuteness influences players to establish sincere relationships with the villagers and to be more nurturing“ (Coyle, 2020 zitiert durch Benti, Stadtmann 2021 S. 1775) Chibi-Proportionen stellen demnach ein effektives Mittel für die Gestaltung zugänglicher und sympathischer Charaktere und somit auch zum Schaffen einer Cozy Erfahrung dar. Diese Umstände erklären die besonders häufige Nutzung des Chibi-Charakterdesign-Merkmals innerhalb der Cozy Games Kategorie.

Anthropomorphe Charaktere (Abb.83)

Beispiele: Animal Crossing, Bear and Breakfast, A Short Hike, Smushi Come Home, Garden Story, Minami Lane, A Tiny Sticker Tale, Pizza Possum, Sunset Hills



Abb.83 Anthropomorphe Charaktere in *Animal Crossing: New Horizons*

Während Tiere, wie in [Kapitel 4.1](#) bereits besprochen, als Teil des beliebten Natur-Motivs vieler Cozy Games eine häufige thematische Verwendung finden, und dabei vor allem Rollen als Haus- oder Nutztiere einnehmen, treten sie außerdem in vielen Titeln als anthropomorphe Charaktere auf. Diese bezeichnen „Tiere oder Pflanzen, die sich wie Menschen verhalten, obwohl sie auch Stereotypen ihres artspezifischen Verhaltens zeigen können. Seltener handelt es sich bei anthropomorphen Charakteren um normalerweise leblose Objekte wie Fahrzeuge, Nahrungsmittel oder Spielzeuge.“⁶⁹ Ihre Verwendung ist gerade in der Cozy Games Kategorie sehr viel häufiger vorzufinden als in anderen Spielen. Ein möglicher Grund könnte der breite thematische Spielraum sein, den stilisierte Artstyles ohne Realismusanspruch mit sich bringen. Zudem erinnern Spiele mit Tier-Charakteren an das Hauptmerkmal literarischer Fabeln, in denen Tiere menschliche Eigenschaften besitzen, jedoch ohne den Fabeln inhärenten erzieherischen und belehrenden Anspruch. Die metaphorischen Qualitäten personifizierter Tiere werden stattdessen in für Cozy Games

⁶⁸ <https://dorsch.hogrefe.com/stichwort/kindchenschema>

⁶⁹ [https://schurken.fandom.com/de/wiki/Kategorie:Anthropomorpher Charakter](https://schurken.fandom.com/de/wiki/Kategorie:Anthropomorpher_Charakter)

üblichen Alltagsumgebungen verortet. Sie erlauben, ähnlich wie in Fabeln, Bezüge zum realen Leben, was die Identifikation mit Figuren erlaubt. Die oft betont humoristische Verwendung personifizierter Tiere als handelnde Figuren ist zugleich ein charakteristisches Merkmal vieler animierter Kinderfilme und -serien, und wurde bereits in den Frühzeiten der gezeichneten 2D-Animation durch vermenschlichte Tier-Charaktere des Disney-Universums, wie *Mickey Maus* oder *Donald Duck*, geprägt. Die Nutzung anthropomorpher Figuren könnte demnach eine von Vertrautheit und Nostalgie geprägte zeitlose Anziehungskraft auf ältere Spieler:innen in Erinnerung an ihre Kindheit ausüben. Für jüngere Spieler:innen hingegen bieten sie einen direkten Zugang zu Cozy Games, da sie eine direkte Ähnlichkeit zu ihnen bekannten Medien aufweisen. Durch ihr oft niedliches und kindliches Design, das häufig kawaii Elemente verwendet, ermöglichen personifizierte Tierfiguren zudem eine starke emotionale Bindung. Ein weiterer Grund für die häufige Nutzung solcher Charaktere, insbesondere in aktuellen Cozy Games, könnte darin liegen, dass Entwickler sich oft an erfolgreichen Vorbildern orientieren. *Animal Crossing*, als frühe Cozy-Spielreihe mit Fokus auf anthropomorphe Figuren, dient damit als erfolgreiche Inspirationsquelle.

6.5.2 Charakterportraits und Emotionen



Abb.84 Character-Dialog in *Story of Seasons: Pioneers of Olive Town*

Charakterportraits meint die detaillierte Darstellung des Gesichts einer Figur, die zumeist neben dem Dialogtextfeld eingeblendet wird. Sie finden besonders häufig in Spielen Verwendung, in denen Charaktere aufgrund der Perspektive oder technischer Limitierungen nur sehr klein und dementsprechend vage phänotypisch charakterisiert werden können. (Abb.84) Auf diese Art können sie ein hilfreiches Mittel des produktiven Charakterdesigns darstellen. Eine Ähnlichkeit lässt sich zum strukturellen Merkmal vieler Shjojo-Mangas (Mangas mit der Zielgruppe Mädchen und Frauen) erkennen, in denen die Gesichter der Figuren mit unterschiedlichsten Stimmungen besonders häufig im Close-Up dargestellt

werden. McCloud bezeichnet dies als „Shojo-Technik“: Leser:innen werden auf diese Art „eingeladen, am Gefühlserleben direkt teilzuhaben, statt nur als unbeteiligte Betrachter davor zu stehen“ (McCloud 2007 S.220). Auch in Spielen bieten Charakterportraits die Möglichkeit, unterschiedliche Mimiken von Charakteren darzustellen.

Cozy Spiele wie *Harvest Moon 64* (Atlus, 1999) und davon inspiriert *Stardew Valley* (2016) haben diese Technik übernommen. Mit Fortschritt der technischen Möglichkeiten ist es heutzutage möglich, detaillierte Emotionen in 3D-Spielen direkt anhand von Charakteranimationen darzustellen. Gelingt dies jedoch nicht, mindert dies für einige Spieler:innen die emotionale Verbindung zu den Charakteren und damit die Cozy Erfahrung drastisch. So besaß das Cozy Farmingsimulationsspiel *Story of Seasons: Pioneers of Olive Town* (Marvelous, 2021) bei Release im Gegensatz zu vielen früheren Ablegern der Reihe keine Portraits oder Close-Ups der Charaktere. Aufgrund der Perspektive sind Charaktere hinsichtlich ihres individuellen Designs sowie Mimik und Gestik im Spiel jedoch nur schwer zu erkennen. Ein:e User:in auf Reddit schreibt über das Spiel:

littleweenqueen:

„I am honestly a bit pissed about it. I feel like the character models aren't good enough to convey emotions. I miss the 2D portraits. I really hope they add them later but I am not sure they will unless enough of us complain.“⁷⁰

Detaillierte Portraits machen also eine spezifische Charakterisierung der phänotypischen Gestaltung möglich und erlauben eine affektive Bindung zu den Figuren. Das Nichterfüllen der erwarteten Konventionen kann die Cozy Erfahrung stören und zur Ablehnung eines Titels führen.

6.6 Die Nutzung visuellen Kontrasts zur Darstellung negativer Motive

Da Cozy Games und die damit einhergehende Cozy Erfahrung mit einem positiven Spielgefühl assoziiert werden, ergibt sich die Frage, inwiefern negativ konnotierte Motive die Cozy Erfahrung stören oder ob diese sogar negieren können. Tatsächlich liegen vielen Cozy Games grundlegend positive Motive (wie in [Kapitel 4](#) besprochen) zugrunde. Mit der steigenden Popularität und der Diversifizierung der Genres innerhalb der Kategorie Cozy Games werden ihre potenziellen Möglichkeiten von Entwickler:innen immer weiter erforscht. Dies führt zu einem stetig wachsenden Spektrum an Game Design, Emotionen und Motiven. Daraus ergibt sich die Erkenntnis, dass der Kanon der Möglichkeiten mit den ersten Vertretern der Kategorie noch nicht ausgereift war. Diese frühe Unvollständigkeit führte zu

⁷⁰

https://www.reddit.com/r/storyofseasons/comments/ldke51/comment/gm6cbet/?utm_source=share&utm_medium=web3x&utm_name=web3xcss&utm_term=1&utm_content=share_button

einer verfrühten Stigmatisierung von Cozy Games, deren volles Potenzial erst nach und nach erkannt wird. Denn betrachtet man erfolgreiche Cozy Games der letzten Jahre, so wird deutlich, dass sehr viele von ihnen komplexe Handlungen (*Night in the Woods*) und negative Emotionen wie Verlust (*Gris*), (Tod (*Spiritfarer*) oder Einsamkeit (*Birth*) thematisieren. Da Emotionen Grundlage für eine besonders intensive Spielerfahrung darstellen, bieten auch negative Emotionen die Möglichkeit, ein bedeutungsvolles Erlebnis zu schaffen.

Um die Cozy Erfahrung in diesen Titeln zu wahren, ist das in [Kapitel 4.2](#) bereits diskutierte Prinzip des *Kontrasts* von großer Bedeutung. Wie dieses in Cozy Spielen mit negativen Emotionen aktiv angewendet wird, soll anhand des Cozy Roguelike-Spiels *Cult of the Lamb* (Massive Monster, 2022) veranschaulicht werden. *Cult of the Lamb* verwendet in der Cozy Games Kategorie bisher nur selten erforschte Merkmale wie Horror und Gewalt, indem es das Erschaffen, Ausbauen und Leiten eines satanistisch-orientierten fiktiven Kults thematisiert. Dargestellt wird dies jedoch mit Hilfe eines humoristischen Unterton sowie eines sehr niedlichen, stilisierten Artstyles. (Abb.85)



Abb.85 Screenshots und Keyart des Spiels *Cult of the Lamb*

Dieser bedient sich Cartoon- und kawaii Elementen (siehe [Kapitel 6.1.1](#)), antomorphoren Chibi-Figuren mit großen Augen (siehe [Kapitel 6.5](#)) kontrastierenden hellen, bunten und dunklen Farben (siehe [Kapitel 6.3](#)). Die düsteren und negativen Themen werden aus der Verbindung von Humor und Artstyle also überspitzt dargestellt und aufgrund der starken

Dissonanz *entschärft*. Greif bezeichnet *Cult of the Lamb* als „unorthodoxe Wahl“ in der derzeit populären Welt der Cozy Games (Greif 2023). LaMountain nennt es die „perfekte Kombination“ aus „schnellen Kämpfen, cozy entspannten Vibes, gemischt mit einem dämonischen Plot und bezaubernden Charakteren“ (LaMountain 2022). Auch die Game Design Elemente weisen starke Kontraste auf. So stehen konventionellen action-orientierten Roguelike Praktiken des Spiels Aspekte des Kolonie- und Basenbaus gegenüber, wodurch die Cozy Erfahrung sowohl durch die soziale Komponente ([Kapitel 5.2.9](#)) als auch das Home-Gefühl ([Kapitel 4.3](#)) bestärkt wird. Das Pacing des Spiels wechselt dabei zwischen schnellen, reiz intensiven Gameplay-Elementen (Kampf) und entschleunigter Geschwindigkeit, vermindertem Stress und Erholung in der eigenen Basis ([Kapitel 5.2.3](#)). Diese kann zudem dekoriert und ausgebaut werden, was dem Selbstaussdruck dienlich ist und die emotionale Verbindung zu der eigenen bespielten Welt stärkt ([Kapitel 5.2.7](#)).

Cult of the Lamb weist weiterhin viele in Cozy Games etablierte Motive (siehe [Kapitel 4.1](#)) auf, wie Natur, personifizierte Tiere, (Wieder)aufbau, Dekoration, Gemeinschaft, abgelegene Orte, magische Elemente, Entspannung, Alltag. Diese schaffen eine Balance zu den negativ konnotierten Motiven wie Horror und Gewalt, wodurch die Cozy Erfahrung nicht nur bewahrt, sondern als Folge des starken Kontrasts sogar betont wird. All dies wird jedoch nur durch die Verwendung des niedlichen Art Styles möglich, der für die initiale Selektion des Titels für viele Spieler:innen ein entscheidendes Kriterium darstellt und als Bindeglied zwischen den erwähnten Cozy Elementen, negativen Motiven und den Rezipient:innen fungiert. Beispiele wie diese zeigen, dass Coziness als Kontrastmittel den Umgang mit verschiedensten Themen auf eine neue Art ermöglicht. Niedlichkeit und stilisierte Grafik erhalten eine *Maskierungsfunktion* beim Umgang mit negativen Emotionen und Darstellungen. Komplexere Konzepte könnten auf diese Art realisiert werden. Die gezielte Nutzung von Kontrasten anhand der Motive, Emotionen, des Game Designs und insbesondere der visuellen Gestaltung ermöglicht es, Konzepte jeglicher Art zu „cozyfizieren“. Ein nicht vorhandener oder zu geringer Kontrast und eine damit einhergehende *Betonung* negativer Emotionen lässt Spiele ihr Cozy Potenzial hingegen verlieren. Zusammenfassend ist festzustellen, dass die Möglichkeiten des Cozy Games Kanons hinsichtlich ihres produktiven Umgangs mit negativen Emotionen und Motiven trotz ihrer steigenden Genre-Diversität noch nicht ausgeschöpft sind und von Entwickler:innen weiterhin erforscht werden sollten. So könnten Cozy Games eine bedeutende Rolle bezüglich vieler noch unterrepräsentierter Anwendungsbereiche sein, wie psychologische Hilfe oder als Werkzeug zur Vermittlung komplexer Informationen.

7. Auditive Gestaltung

Als multisensorisches Medium bieten Videospiele nicht nur eine visuelle, sondern auch eine auditive Ebene, die sich durch das Zusammenspiel von Musik und Soundeffekten auszeichnet. Da Musikhören als eigenständige Tätigkeit bereits für viele Menschen ein Mittel der Entspannung und dem Erzeugen einer gemütlichen Atmosphäre zu Hause oder im Alltag darstellt, ergibt sich gerade für Cozy Games eine besondere Wichtigkeit für die auditive Gestaltung mit Ziel einer Cozy Erfahrung. Am stärksten ist dieses Potenzial, wenn eine harmonische Korrelation zwischen visueller und akustischer Gestaltung in einem Spiel angestrebt wird. Ein Cozy Spiel, das dies belegt, ist *Journey*. Wie in [Kapitel 6.3](#) bereits erläutert, wurden bei seiner Entwicklung Color Scripts verwendet, um die Farbwelten einzelner Spielabschnitte zu planen und spezifische Emotionen zu evozieren. Dies geschieht in einem Zusammenspiel mit einer je nach Abschnitt variierenden auditiven Gestaltung.

Fahlenbrach und Schröter sprechen bezüglich des Zusammenspiels beider Ebenen von „Klangfarben“ im Soundtrack des Spiels, die das visuelle Erlebnis des Spiels musikalisch unterstreichen (vgl. Fahlenbrach, Schröter 2016 S. 1197). In *Journey* werden demnach „durch Musik, Sound und die visuelle Gestaltung [...] eine Vielzahl von *cues* eingesetzt, um die jeweilige Stimmung bei Spielern auszulösen bzw. zu verstärken“ (ebd. 2016 S. 197).

Aus dem Zusammenspiel gezielter visueller und auditiver *cues* ergibt sich demnach das Potenzial für eine bestmögliche Cozy Erfahrung. Auditive *cues* meint dabei sowohl die musikalische Untermalung als auch Soundeffekte und Hintergrundgeräusche. Mercado beschreibt das Zusammenspiel von Grafik und Audio in *Animal Crossing: New Horizons* wie folgt: „The fairly muted colors used and the smooth natural sound effects give the game a simple, enjoyable, pleasing, and relaxing nature“ (Mercado, 2020).

Typischerweise verwenden Cozy Games eine sanfte und beruhigende Hintergrundmusik, die oft von akustischen Instrumenten wie Flöten oder Streichern gespielt wird. Die Musikstücke sind oft melodisch und einfach, um eine entspannende Stimmung zu erzeugen, ohne zu aufdringlich zu sein. Zusätzlich zur Hintergrundmusik verwenden Cozy Games Soundeffekte, die die Spieler:innen in die Spielwelt eintauchen lassen und die die verwendeten Motive und Symbole des Spiels unterstreichen. Wird beispielsweise Regen als Teil des Naturmotivs und gleichzeitig Mittel des Kontrasts verwendet, so wird das Motiv durch das prasselnde Geräusch von Regentropfen vertont. Weitere Beispiele umfassen das Flackern eines Kaminfeuers (Motiv: Entspannung und Erholung) Vogelgezwitscher, das Rauschen des Meeres (Natur), das Schnurren einer Katze, leichte Stimmengeräusche und Klirren von Geschirr in einem Café (Soziale Motive). Soundeffekte dieser Art tragen zum Ambiente und Symbolhaftigkeit eines Motivs bei und begünstigen so die Erzeugung einer Cozy Erfahrung,

während sie gleichzeitig die Immersion und Glaubhaftigkeit einer Spielwelt steigern. Ihre Quelle sollte dabei für Spielende verständlich sein, da das Gefühl von Unsicherheit/Furcht durch Geräusche, die nicht zuordenbar sind, die Cozy Erfahrung beeinträchtigen kann.

Ein Cozy Spiel, das schon früh den Fokus auf die auditive Gestaltung legt, ist der erste Teil der *Animal Crossing* Reihe. Neben 199 Liedern enthält das Spiel mehr als 500 Soundeffekte, darunter allein 100 für Gehgeräusche auf verschiedenen Untergründen, wie Gras, Sand und Stein, die alle in der Natur aufgenommen wurden (vgl. Shmuplations 2022a). Soundeffekte dieser Art verorten die Spieler:innenfigur auditiv in der Spielwelt und stärken die Immersion und das Identifikationspotenzial.

Der Soundtrack der *Animal Crossing Spiele* ist so beliebt, dass inzwischen viele Videos auf YouTube mit Titeln wie „Relaxing Animal Crossing music + rain sounds ♡“,⁷¹ und „1 hour of cozy animal crossing music for the cold november air 🍂 cabin core | fall vibes“⁷² veröffentlicht werden. Wörter wie *cozy* und *relaxing* im Titel belegen, dass sich der *Animal Crossing* Soundtrack als Sinnbild für *Cozy Musik* über das Spiel hinaus etabliert hat. Bemerkenswert ist auch, dass Soundeffekte mit hoher Symbolkraft wie Regen einigen Videos extern hinzugefügt werden, um ihre Coziness zu *bestärken*. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die auditive Untermalung in Form von Soundeffekten und Musik die jeweilige Spielsituation, bildliche Ebene, gewünschte Atmosphäre, Stimmung und die gewählten Motive unterstreichen sollte, um die Cozy Erfahrung zu bekräftigen. Doch auch für sich allein stehend besitzen Soundeffekte und Musik die Qualität, eine Cozy Erfahrung zu bieten und Teil der Cozy Culture außerhalb des Spiels selbst zu werden.

7.1 Musik als Symbol für Entspannung am Beispiel des Lofi-Girls

In [Kapitel 4.1](#) wurde Musik bereits als Symbol für das Motiv „Erholung und Entspannung“ eingeordnet. Der Symbolfaktor lässt sich besonders effizient am Erfolg des popkulturell erfolgreichen Internetphänomens „*Lofi Girl*“ darlegen. Lofi Girl (Abb.86) bezeichnet einen fiktiven Charakter des gleichnamigen französischen Musiklabels und YouTube Channels Lofi Girl⁷³, der 2017 gegründet wurde und bis 2021 unter dem Namen ChilledCow agierte. Der YouTube-Channel bietet rund um die Uhr Livestreams ruhiger Lo-Fi-HipHop (*Low Fidelity HipHop*) Musik und ist mit über 14 Millionen Abonnenten:innen (Stand April 2024) einer der erfolgreichsten Musikkanäle auf YouTube. Die Musik wird bebildert von einer illustrierten, sich konstant wiederholenden, Animation eines jungen Mädchens mit Kopfhörern, dem Lofi Girl, welches in einem gemütlichen Ambiente an einem Schreibtisch sitzend tief in ihre Arbeit versunken ist. Bei der visuellen Gestaltung des Charakters und der Szene selbst nahm ihr

⁷¹ https://www.youtube.com/watch?v=1wOAhRAgb40&ab_channel=miffynoa

⁷² https://www.youtube.com/watch?v=XLOvtkilLWk&ab_channel=TendoFarms

⁷³ <https://www.youtube.com/@LofiGirl>

Erfinder, der kolumbianische Künstler Juan Pablo Machado, direkten Bezug auf eine Szene des Animes *Whisper of the Heart*, der 1995 durch das japanische Studio Ghibli veröffentlicht wurde. Das Lo-Fi-Girl in ihrer „kleinen Welt in Wohlfühlfarben“ avancierte sich schnell „zu einem Star und einer virtuellen Freundin für alle Telearbeitenden“, die „Studierende und Heimarbeitende Dank der Spiegelwirkung in ihrer Einsamkeit [begleitet] und in ihrer Konzentration [stützt]“ (Irgendwas mit ARTE und Kultur 2023) und wurde seitdem häufig crossmedial referenziert. Auch viele Cozy Games, wie das Cozy Game *Spirit City: Lofi Sessions* (2024, Mooncube Games), reproduzieren und referieren neben dem bildlichen Motiv des Lofi-Girls auch Lo-Fi-Musik als Symbol für Entspannung und Gemütlichkeit und somit für das Erzeugen einer Cozy Erfahrung. Der Erfolg des Lofi-Girls und von Lo-Fi-Musik als Symbol für Entspannung belegt zum einen, wie beliebt die Thematik der Coziness in der aktuellen Kulturwelt ist. Zum anderen wird hier die Tragkraft der Cozy Culture deutlich, die Coziness als medien- und rezeptionsübergreifendes Prinzip ermöglicht. Die Verbindung zu der populären Ästhetik von Studio Ghibli Animes, die viele Fans als cozy Filme verstehen, mit dieser Musik unterstreicht außerdem die Wirkkraft einer Cozy Erfahrung bei einem gezielten Zusammenspiel verschiedener medialer Ebenen (auditiv, visuell), Motive und Symbole, von dem gerade Cozy Videospiele als multisensorisches interaktives Medium profitieren.



Abb.86 Lo-Fi Girl und ein Screenshot des Spiels *Spirit City: Lofi Sessions*

8. Ergebnis: Definition von Cozy Games anhand ihrer Cozy Erfahrung

Im Folgenden werden die Forschungsergebnisse hinsichtlich der Cozy Erfahrung mit dem Ziel der Formulierung einer Definition von Cozy Games angewendet.

Es wurde deutlich, dass verschiedene Merkmale der audiovisuellen Gestaltung und des Game Designs eines Spiels die Cozy Erfahrung erzeugen und begünstigen können. Viele dieser Merkmale wurden bereits von den ersten Vertretern der Kategorie Cozy Games (*Harvest Moon* und *Animal Crossing*) etabliert und von folgenden Titeln sowohl direkt als auch indirekt referenziert und erweitert. Ein grundlegend bedeutendes Merkmal zur Erzeugung einer Cozy Erfahrung stellt *Nostalgie* dar, die sich sowohl medienspezifisch im Bezug auf ältere Titel, als auch anhand eines thematischen Bezugs auf reale biographische und emotionale Erfahrungen der Spieler:innen beziehen kann. Neben der Verwendung nostalgischer Themen wird dies an der häufig gewählten Stilkonvention der Retro- und Pixelgrafik in aktuellen Cozy Games deutlich. Als besonders positiv für die Cozy Erfahrung hat sich zudem die *Spielsituation* erwiesen, was anhand der überwiegenden Präferenz von Cozy Spieler:innen für mobile oder hybrid-mobile Plattformen (*Nintendo Switch*, *Steam Deck*) deutlich wird. Dabei ist zu beobachten, dass die Mobilität der Plattformen entgegen des ursprünglichen Zweckes (mobiles Spielen unterwegs) zu einer *stationären* Verortung der Spielsituation an gewählten „gemütlichen“ Orten des eigenen Zuhauses, wie Bett oder Sofa, verwendet wird. Auch ermöglichen Konsolen wie die *Nintendo Switch* mithilfe des Standbymodus sowohl spontanes Spielen als auch kurz- und längerfristige Spielzeit. Die Wichtigkeit der Spielsituation wird außerdem an dem Aufkommen der *Cozy Culture* deutlich, die durch eigene etablierte ästhetische Präferenzen von Spieler:innen von Cozy Games geprägt wird und sich durch das Gestalten einer individuellen, „gemütlichen“ Spielsituation auszeichnet. *Cozy Culture* und *Cozy Erfahrung* sind stark identitätsstiftend und begünstigen die Identifikation von Spielenden als *Cozy Gamer:innen*. Dies lässt sich auch am Aufkommen zahlreicher *Onlinecommunities* und *Social Media Accounts* mit Bezug auf Cozy Games erkennen. Ein Zugehörigkeitsgefühl kann die Cozy Erfahrung positiv begünstigen, da sie das Bedürfnis nach *sozialer Verbundenheit* erfüllen kann. Des Weiteren vertreten sowohl die Communities als auch Cozy Games selbst bestimmte *progressive Werte*, wie Inklusivität und Repräsentation, wodurch die Cozy Erfahrung für eine besonders *breite Zielgruppe* ermöglicht wird. Auch *mentale Gesundheit* und *Prinzipien der Achtsamkeit* finden einen thematischen Grund. Die *Cozy Culture* umfasst auch weitere Lebensbereiche der Spieler:innen, die keinen direkten Bezug zur Spielkultur haben. Beispiele für ihr Wirken sind *Dekoration* und *Einrichtung* des eigenen Zuhauses gemäß spezifischer *ästhetischer Präferenzen* und alternative Möglichkeiten der *Freizeitgestaltung*. Damit erfährt die Cozy Erfahrung eine

extradiegetische Ausweitung in das *reale Leben*. Beeinflusst werden diese spezifischen ästhetischen Präferenzen durch *Trends auf Instagram*, wie *Cottagecore* und *Witchcore*. Diese finden sowohl *innerhalb der Spiele* thematischen Rückbezug, als auch durch *ästhetischen Selbsta Ausdruck* der Spieler:innen mithilfe *diegetischer* und *extra-diegetischer* Designtools. Dieser Teil der *Selbstentfaltung* ist ein bedeutsames, wiederkehrendes Motiv in Cozy Games. Spiele mit einem Fokus auf das Bedürfnis der *Selbstwirksamkeit* bieten Spielenden die Möglichkeit des *kreativen Schaffens* sowie der *Anpassbarkeit* diegetischer Bestandteile des Spiels, wie *Charaktere* und *Umgebung*. Es ist zu beobachten, dass Cozy Games im Gegensatz zu Spielen anderer Kategorien in der Regel *keine dramaturgische Krisen* (Weltuntergang, Krieg) zugrunde liegt. Stattdessen besitzen viele der wiederkehrenden Motive von Cozy Games einen *mondänen Charakter*. Sie umfassen neben Selbstentfaltung die Motive *Alltag und Routinen, Entspannung und Erholung, Natur und Umwelt, Soziales und Gemeinschaft, Magie und das Fantastische*. Diese Motive werden anhand spezifischer *Thematiken* und der Verwendung von *Symbolen* behandelt. Sie stellen neben thematischer Verortung die Grundlage von *Gameplay-Elementen* sowie der *audiovisuellen Gestaltung* dar. Die Kombination verschiedener Motive kann die Cozy Erfahrung explizit bestärken.

Ein bedeutendes Prinzip zur Verstärkung der Cozy-Erfahrung, das auf unterschiedliche Weise immer wiederkehrt, ist der Einsatz von *Kontrast*. Dieser kann sowohl in Form der audiovisuellen Gestaltung als auch bezüglich des Game Designs, der Handlung oder Motive bedient werden. Ein weiteres wiederkehrendes Prinzip ist das *Home-Prinzip*, das in den meisten Cozy Games auf verschiedene Form Anwendung findet. Es verwurzelt Spieler:innen emotional in der Spielwelt, symbolisiert Sicherheit und wird mit individueller Anpassbarkeit noch effektiver. Sowohl das Home-Prinzip als auch viele weitere Merkmale von Cozy Games haben dabei Ähnlichkeit zu gesellschafts-philosophischen Konzepten wie *Hygge und Gemütlichkeit*. Das Aufgreifen der Merkmale dieser Konzepte kann die Cozy Erfahrung daher begünstigen und Entwickler:innen Anhaltspunkte für das Erreichen einer Cozy Erfahrung bieten. Die *Motivation* von Cozy Spieler:innen unterliegt *spezifischen Bedürfnissen*. Es wird deutlich, dass *grundlegende Bedürfnisse* gemäß Maslows Bedürfnishierarchie, wie *Sicherheit, erfüllt sein müssen*, um eine Cozy Erfahrung zu ermöglichen. Diese ergibt sich erst durch das Befriedigen *höherrangiger Bedürfnisse*, wie *Soziale Beziehungen, Selbstverwirklichung und Wertschätzung*. Des Weiteren ergibt sich aus der Einordnung von Cozy Games in das *Gamer Motivation Profile* nach Quantic Foundry die Tendenz, dass Cozy Games *nicht reizintensiv, beständig, vorhersehbar, nicht kompetitiv* und *nicht zu komplex* sein sollten. *Eskapismus* ist eine leitende Motivation für viele Cozy Gamer:innen. Dieser wird sowohl in den wiederkehrenden Motiven von Cozy Games aufgegriffen, als auch in der Ähnlichkeit zu eskapistischen Trends wie *Cottagecore* deutlich. Für das *Game Design*

zugunsten einer Cozy Erfahrung haben sich vor allem *Vorhersehbarkeit, Kontrolle und Freiheit* als produktiv erwiesen. Cozy Game Mechaniken weisen dabei stark *vereinfachte, idealisierte Tendenzen* auf. Dies lässt sich vor allem am direkten Vergleich von Cozy Farmingsimulationsspielen wie *Stardew Valley* mit nicht-cozy, realistischen Spielen desselben Genres, wie *Landwirtschafts-Simulator*, ableiten. Sowohl *Mechaniken* als auch *visuelle Gestaltung* unterliegen bei Cozy Games demnach explizit *keinem Realismusanspruch*. Das macht sowohl die visuelle Gestaltung als auch die Mechaniken von Cozy Games stark *symbolhaft*. Stattdessen wird *für Emotionen* designt. Dabei gilt, dass Coziness *nicht erklärt*, sondern *vermittelt* werden sollte. Sowohl *Pacing* als auch *Aufgabepriorisierung* sollten zugunsten einer Cozy Erfahrung *kontrollierbar* sein, um *Frustration* und *diegetischen Stress* zu vermeiden. *Ruhepausen* und *langsames Tempo* stellen bedeutende Merkmale des Pacing für eine Cozy Erfahrung dar und weisen Ähnlichkeiten zu Konzepten wie Achtsamkeit auf. Es bedarf weiterer Forschung, inwiefern das Belohnen von Aktivitäten dieser Art (wie das Sitzen im Gras) eine Cozy Erfahrung bietet, wenn ihre Ausübung an quantifizierbare Statistiken geknüpft ist. Entgegen stereotyper Meinungen sind Cozy Games *nicht ausschließlich leicht*. Auch Cozy Spieler:innen schätzen eine *moderate Schwierigkeit*. Hier entsteht eine *Verbindung zum Flow-Prinzip*. Dennoch sollten *skill-intensive Mechaniken* *vermieden* werden und diese stattdessen *leicht zugänglich* sein. Auch *Loose-States* sind Teil vieler Cozy Games. Allerdings fallen *Konsequenzen* und *Risiko* im Vergleich mit anderen Spielen *geringer* aus. *Ziele* sollten idealerweise sowohl *kurz- als auch langfristig* sein. Dies begünstigt das Gefühl von *Erfolg, Autonomie und Langzeitmotivation*. Viele Cozy Games setzen bezüglich des Fortschritts dabei auf *höhere Ziele*, wie das *Vervollständigen von Sammlungen*. Häufig stehen außerdem *Routinen* als grundlegende Gameplay-Elemente im Fokus. Diese *bieten Sicherheit und Vertrautheit* und unterstützen oftmals das *Alltagsmotiv*. Die Gefahr besteht jedoch, dass Routinen zu einer Form von *Playbour* werden, was zu einem Gefühl von Langeweile führen kann. Viele Cozy Games bieten *pro-soziale Strukturen* in einem *virtuellen Rahmen*. Vor allem in Cozy Farmingsimulationsspielen *erwarten* Spieler:innen das Vorhandensein vielschichtiger Charaktere, zu denen eine Beziehung aufgebaut werden kann. Soziale Bedürfnisse können jedoch auch im *real-weltlichen Rahmen* erfüllt werden. Viele Cozy Games sind zwar *Singleplayer-Spiele*, da diese das Erfüllen spezifischer Bedürfnisse, wie Pacing und Selbstaussdruck, in besonderem Maße erlauben. *Gemeinsames Spielen* kann jedoch auch positive Tendenzen für eine Cozy Erfahrung bieten, wenn dieses *nicht-kompetitiv* orientiert ist und *Zusammenarbeit begünstigt*. Das gemeinsame Spielen ermöglicht *geteilte Erfahrungen* und *Ziele*. Das soziale Erleben zugunsten einer Cozy Erfahrung wird vor allem als besonders intensiv empfunden, wenn *sowohl synchrones als auch asynchrones Spielen* ermöglicht wird.

Das *Teilen eigener kreativer Schöpfungen* (wie der eigenen dekorierten Insel in *AC:NH*) kann als *positives Feedback* für Spielende verstanden werden. Durch das Besuchen fremder Inseln werden sie inspiriert. Jedoch können sich diese Systeme als *kontraproduktiv* erweisen, wenn eine *zu hohe* Vergleichbarkeit mit anderen Spieler:innen, vor allem durch die Nutzung von Social Media Plattformen, entsteht. Während das Teilen von individuellen Spielerlebnissen auf Social Media die Cozy Erfahrung extradiegetisch durchaus unterstützen kann, führt ein vermehrter Vergleich zu *Frustration* und zur Negierung dieser.

Als besonders effektiv zum Erzeugen einer Cozy Erfahrung haben sich *diegetisch und extradiegetisch erstellte UGC und Mods* erwiesen. Besonders *ästhetische Präferenzen* werden durch die Nutzung rein dekorativer Modifikationen deutlich. Auch die Langlebigkeit kann von UGC profitieren. Ersichtlich wird die Wichtigkeit von Mods durch die Tatsache, dass Spieler:innen von *Stardew Valley*, die den PC als Plattform präferieren, dies allein wegen der Modfähigkeit tun. Bezüglich der *Bedeutung der visuellen Gestaltung* haben Beobachtungen anhand von Spielen wie *Hollow Knight* aufgezeigt, dass die visuelle Ebene eines Titels eine *besonders signifikante Rolle* sowohl für die Cozy Erfahrung als auch für die *initiale Spielelektion* von Cozy Gamer:innen einnimmt. Bezüglich dieser haben sich *wiederkehrende Konventionen und Stile* etabliert. Von höchster Priorität ist die *Stilisierung* der Grafik ohne Realismusanspruch, mithilfe derer die beschönigenden Mechaniken unterstützt werden. Die Stilisierung entstand vor allem durch den *Einfluss und die (Re-)Kombination etablierter Gestaltungskonventionen anderer Medien*, wie Cartoons, Anime und Manga und sind teilweise *direkt und indirekt referentiell* zu werten. So haben sich Stile der *kawaii Elemente, Kinderbuch, Retro, Manga und westlicher Cartoons* etabliert, die eine *leichte Zugänglichkeit* und oftmals *hohen Nostalgiefaktor* bieten.

Die *farbliche Gestaltung* von Cozy Games *profitiert von farbassoziativen* Reaktionen und besitzt vor allem dann ein besonders hohes Potenzial zur Unterstützung der Cozy Erfahrung, wenn sie sich *durch Kohärenz, desaturierte Töne und eine geringe chromatische Diversität* auszeichnet. *Farbkontraste* bezüglich der *Helligkeit* und *Farbtemperatur* sowie *Beleuchtung* können ebenfalls *begünstigend* wirken. Ein besonders *etabliertes Farbschema* stellt die Verwendung *natürlicher Farben* dar. Das *Characterdesign* weist vor allem *Chibi-Proportionen und/ oder anthropomorphe Tendenzen* auf, wobei *Portraits* die Charakterisierung und das *affektive* Potenzial verstärken. Der *Artstyle* kann einen *Maskierungseffekt* einnehmen, um auch *negativ konnotierte Themen* zu behandeln. Die *auditive Gestaltung* zugunsten einer Cozy Erfahrung sollte das Spiel *nicht überschatten*, sondern eine unterstützende Funktion einnehmen. Da *Musik selbst als Symbol der Entspannung* fungiert, ergibt sich ein hohes Potenzial für die Cozy Erfahrung. Auch die gezielte Verwendung von *Soundeffekten*, wie Regen als Teil des Naturmotivs und des Kontrast-Prinzips, besitzt starke positive Eigenschaften zur Begünstigung der Cozy Erfahrung.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die Verwendung von Faktoren der Cozy Erfahrung ein effektives Mittel zur Erstellung von Cozy Games darstellen kann.

Daher bietet sich folgender Definitionsansatz an:

Cozy Games sind Spiele, die überwiegend Faktoren der Cozy Erfahrung aufweisen.

Dabei ist es *keine Bedingung*, dass ein Spiel *alle* Faktoren erfüllt. Die quantitative Betonung durch das Wort „überwiegend“ lässt jedoch eine Abgrenzung zu Nicht-Cozy Spielen zu, die sich Elementen der Cozy Erfahrung bedienen. In der folgenden Tabelle 4 werden die Faktoren der Cozy Erfahrung differenziert in *Primär* und *Sekundär* zusammengefasst. Vor allem generelle Faktoren, wie die audiovisuelle Gestaltung, die Verwendung des Kontrast- und Home-Prinzips und von Motiven und Symbolen, lassen sich auf Cozy Games unterschiedlicher Genres übertragen, weswegen sie als *Primäre Faktoren* benannt werden. Hinsichtlich des Game Designs ergeben sich durch die Diversifizierung der Genres höchst individuelle und spezifische Ansprüche, weswegen diese Merkmale im Folgenden als *Sekundäre Faktoren* bezeichnet werden.

Faktoren, die eine eine Cozy Erfahrung begünstigen:

Generelle Faktoren (Primär)

- stilisierte Grafik (Stile: Manga, Kinderbuch, Retro, kawaii Elemente, westliche Cartoons, abstrakt)
- anthropomorphe und/oder Chibi- Charaktere
- kohärente Farbgestaltung, vor allem desaturierte Farben mit geringer chromatischer Varianz
- beliebtes Farbschema: natürliche Farben
- Musik, die Spiel nicht überschattet sondern unterstützt
- symbolische Soundeffekte
- Nostalgie
- Kontrast-Prinzip
- Home-Prinzip
- Motive und Symbole (Alltag, Entspannung, Natur, Selbstentwicklung, Soziales, Magie)

Game Design-Spezifische Faktoren (Sekundär)

- visuelle Anpassbarkeit
- nicht reizintensiv
- nicht kompetitiv
- nicht zu komplex
- Beschönigende, leicht zugängliche Mechaniken
- hohe Kontrolle/Freiheit (über Pacing, Aufgabenpriorisierung)
- moderate Schwierigkeit
- positives Feedback
- Momente der Ruhe
- Routinen
- geringes Risiko/ Konsequenzen
- Design für Emotionen

- **Bedingung:** grundlegende Bedürfnisse wie Sicherheit sind erfüllt
- **Unterstützende Faktoren:** frei wählbare Spielsituation durch mobile Plattform, z.B. im Bett/ Elemente der Cozy Culture/ UGC, Mods/ Anpassbarkeit von Parametern wie Schwierigkeit/ Inklusivität, Repräsentation

Tabelle 4: Eigenes Werk

Anmerkung: Mit fortschreitender Forschung und dem stetig wachsenden Kannon an Cozy Games ist es möglich und gegebenenfalls nötig, diese Tabelle zukünftig um weitere Faktoren zu erweitern.

9. Fazit

Die aktuelle Popularität von Cozy Games demonstriert, dass der über lange Zeit sehr homogene Videospiegelmarkt begonnen hat, auf die Ansprüche einer breiteren Gruppe von Spieler:innen zu reagieren. Ausgelöst durch das Erscheinen von *Animal Crossing: New Horizons* parallel zum Inkrafttreten der Lockdownmaßnahmen der Corona-Pandemie 2020 und dem darauffolgenden breiten Interesse auf Social Media Plattformen, haben sich Cozy Games inzwischen als bedeutender Teil der Videospielkultur etabliert. Dabei handelt es sich bei Cozy Games nicht um ein Genre, sondern um eine dynamische Kategorie an Spielen, die sich durch spezifische Merkmale der Cozy Erfahrung auszeichnen. Cozy Games ließen in den letzten Jahren Menschen ohne bisherigen Kontakt zu Videospiele zu Spieler:innen werden, Bezeichnungen wie Cozy Gamer:innen sind dabei als sehr identitätsstiftend zu werten. Die Entwicklung und Ausdifferenzierung von Cozy Games und den Merkmalen der Cozy Erfahrung sind von einer Vielzahl an Einflüssen der Medien- und Videospieellandschaft sowie gesellschaftlicher Konzepte wie Hygge und Gemütlichkeit geprägt und lässt sich nicht losgelöst von diesen betrachten. Ihre Ästhetik weist in Form der Cozy Culture zudem bereits eigenständige Transfer-Tendenzen über die virtuellen Spielwelten hinaus in den Alltag der Spieler:innen auf. Aktuelle Titel passen sich diesen Tendenzen bereits an, indem sie Präferenzen der Cozy Spieler:innen, wie natürliche Farbschemata von beliebten *Stardew Valley* Mods, übernehmen oder Elemente der Cozy Culture referenzieren. Entwickler:innen und Spieler:innen treten hier in ein wechselseitiges Verhältnis. Während die ersten Cozy Games, *Harvest Moon* und *Animal Crossing*, als Simulationsspiele lange als primäre Inspiration für neue Titel galten, zeigt die aktuelle Entwicklung eine Diversifizierung der Cozy Games Kategorie, was eine präzise Definition immer komplizierter macht. Das Parameter der Cozy Erfahrung kann dabei helfen, Spiele als Cozy Games zu identifizieren und gleichzeitig einen Leitfaden bieten, künftige Cozy Games

zu erstellen. Dabei ist es nicht Ziel, dass ein Spiel alle Faktoren erfüllen muss, sondern die Tendenzen hin zu einer Cozy Erfahrung überwiegen. Gegenstand zukünftiger Forschung könnte sein, welche demographischen Zielgruppen im Besonderen von Cozy Games und der Cozy Erfahrung angesprochen werden. Weitere Untersuchungen könnten außerdem Aufschluss darüber geben, inwiefern eine Cozy Erfahrung bestehen bleibt, wenn überwiegend begünstigenden Faktoren einzelne negative Faktoren gegenüberstehen, die in dieser Arbeit bereits aufgegriffen wurden. Bis dahin lässt sich feststellen, dass Cozy Games ein Produkt vielschichtiger gesellschaftlicher und medialer Entwicklungen sind, sowie eine grundlegende Bereicherung für Videospieldkultur und darüber hinaus darstellen

10. Literatur- und Quellenverzeichnis

Alle Internet- und Bildquellen wurden zuletzt am 05.09.2024 aufgerufen und überprüft.

Ahoy (2015). *A brief history of graphics*. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=OyjvWUrHsFc>

Ahoy (2018). *RetroAhoy: The Secret of Monkey Island*. YouTube.

<https://youtu.be/9F9ahZQ7oP0?si=znqV2o4UIerVmhp>

americanspy (2021). *Game trends: Why Cozy Core is on the rise*. | eBaum's World.

<https://gaming.ebaumsworld.com/articles/game-trends-understanding-cozy-core/86815939/>

Audureau, W. (2012). *Miyamoto, la Wii U et le secret de la Triforce*. Gamekult.

<https://www.gamekult.com/actualite/miyamoto-la-wii-u-et-le-secret-de-la-triforce-105550.html>

Bauer, A. (2018). *Pacing*. In: Whistler, C. (Hrsg.) *A profound waste of time 01*.

Bardhan, A. (2023). *The best video game genre of the decade has nowhere to go but up*. Inverse.

<https://www.inverse.com/gaming/cozy-games-brain-science-future>

Barone, E. & Wada, Y. (2016). *The creators of Stardew Valley and Harvest Moon talk to us about farm games*. YouTube.

https://www.youtube.com/watch?v=ceFR8--6Obo&ab_channel=PCGamer

Barone, E. (2022). *Reason Livestream with Stardew Valley Creator/Composer ConcernedApe*. YouTube.

https://www.youtube.com/watch?v=evb_c1mwyWQ&ab_channel=ReasonStudios

Barr, M. & Copeland-Stewart, A. (2021). *Playing video games during the COVID-19 pandemic and effects on Players' Well-Being*. *Games and Culture*.

doi: 10.1177/15554120211017036

Beil, B. (2012). *AvatARBilder: Zur Bildlichkeit des zeitgenössischen Computerspiels*. transcript Verlag.

Beil, B. (2016). *Game Studies und Genretheorie*.

In: Sachs-Hombach K, Thon J.N. (Hrsg.): *Game Studies: Aktuelle Ansätze der Computerspielforschung*. Herbert von Halem Verlag.

Bellingham, H. (2022). *Cozy gaming: Why a wholesome trend became a recognized genre*. Gamesradar.

<https://www.gamesradar.com/cozy-gaming-why-a-wholesome-trend-became-a-recognized-genre/#:~:text=%22To%20me%2C%20%27cozy%20game,where%20you%20feel%20at%20home.%22>

Benti, B. S., & Stadtmann, G. (2021). *Animal Crossing: New Horizons meets "Maslow's pyramid."* *Human Behavior and Emerging Technologies*, 3(5), 1172–1179

<https://doi.org/10.1002/hbe2.288>

Benti, B. S. & Stadtmann, G. (2022). *B|Orders in motion in the video game industry: An analysis based on Animal Crossing: New Horizons*. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2022 1-7

<https://doi.org/10.1155/2022/4452900>

Bigl, B. (2016). *Virtuelle Computerspielwelten - Rezeption und Transfer aus*

dynamisch-transaktionaler Perspektive. Halem Verlag.

- Blanke E., Brose A. (2017). *Zufriedener durch Achtsamkeit?* In-Mind.
<https://de.in-mind.org/article/zufriedener-durch-achtsamkeit>
- Breiner, T. C. (2018). *Farb- und Formpsychologie*. Springer-Verlag.
- Breuer, J. (2016) *Mittendrin - statt nur dabei*. In: Mosel, M. (Hrsg.) *Gefangen im Flow?: Ästhetik und dispositive Strukturen von Computerspielen*. Zweite korrigierte Auflage 2016. Verlag Werner Hülsbusch.
- Campell, C.D. (2022). *Legal Expert Tells Us Why Nintendo Is So Strict About Fan Mods*. SVG.
<https://www.svg.com/1118925/legal-expert-tells-us-why-nintendo-is-so-strict-about-fan-mods/>
- Campbell, C. (2022b). *What are cozy games, and what makes them cozy?* GamesIndustry.biz.
<https://www.gamesindustry.biz/what-makes-a-cozy-game-cozy>
- Canales, K. (2020). *The WHO is recommending video games as an effective way to stop the spread of COVID-19, one year after adding „gaming disorder“ to its list of addictive behaviors*. Business Insider.
<https://www.businessinsider.com/who-video-games-coronavirus-pandemic-mental-health-disorder-200-4>
- Clement, J. (2021). *Increase in time spent playing video games during the coronavirus (COVID-19) pandemic worldwide as of march 2020, by country*. Statista.
<https://www.statista.com/statistics/1111587/video-gametime-spent-covid/>
- Dean, A. (2019). *Kawaii: Japan's obsession with all things cute*. Learnjapanese.
<https://learnjapanese123.com/kawaii-japans-obsession-with-all-things-cute/>
- Deck, R. (2019): *World Design for Different Player Types*. YouTube.
https://youtu.be/Mlf_pXwYajE?si=72TRiJliLnMn858e
- Dechamps, M. (2020). *Story of Seasons Fans Are Trashing the New Harvest Moon*. Comicbook.
<https://comicbook.com/gaming/news/story-of-seasons-fans-trashing-new-harvest-moon-game-switch/#2> .
- Desai V, Gupta A, Andersen L, Ronnestrand B, Wong M. (2021) *Stress-Reducing Effects of Playing a Casual Video Game among Undergraduate Students*. Trends in Psychol. 2021;29(3):563–79.
 doi: 10.1007/s43076-021-00062-6
- Drake, A. (2012). *Chatting with the Creator of Harvest Moon*. IGN.
<https://www.ign.com/articles/2012/04/04/chatting-with-the-creator-of-harvest-moon>
- Ebert, R. (2002). *Hayao Miyazaki interview*. Roger Ebert.
<https://www.rogerebert.com/interviews/hayao-miyazaki-interview>
- Fahlenbrach, K., Schröter F. (2016). *Game Studies und Rezeptionsästhetik*.
 In: Sachs-Hombach K, Thon J.N. (Hrsg.): *Game Studies: Aktuelle Ansätze der Computerspielforschung*. Herbert von Halem Verlag
- Felzmann, S. (2010). *Playing Yesterday - Medienostalgie und Videospiele*. In: Böhn A., Möser K. (Hrsg.): *Technikostalgie und Retrotechnologie*. KIT Scientific Publishing.
- Fischer, J. (2016). *Jedes Spiel eine Geschichte*. In: Schiffner, C., Seidl I., Weissenhorn M. (Hrsg.):

- WASD 9 *Once Upon A Game. Über das Geschichtenerzählen in Computerspielen.* Sea of Sundries Verlag.
- GameCentral (2016). *Story Of Seasons review – shine on harvest moon.* Metro.
<https://metro.co.uk/2016/01/05/story-of-seasons-review-shine-on-harvest-moon-5601103/?ito=article.desktop.share.top.link>
- George-Parkin, H. (2022). *Why we're obsessed with cosy living more than ever.* BBC.
<https://www.bbc.com/worklife/article/20210310-why-were-more-obsessed-with-cosy-living-than-ever>
- Geslin, E., Jégou, L., & Beaudoin, D. (2016). *How color properties can be used to elicit emotions in video games.* International Journal of Computer Games Technology, 2016, 1–9.
<https://doi.org/10.1155/2016/5182768>
- Gibson, N. (2020). *Animal Crossing producer says players are mostly in their 20s and 30s.* ScreenRant.
<https://screenrant.com/animal-crossing-producer-players-age/>
- Greif, Z. (2023). *Cult of the Lamb still turns horror and cuteness on its head a year later.* Game Rant.
<https://gamerant.com/cult-of-the-lamb-horror-cuteness-one-year-anniversary/>
- GRUX SIG. (2016). *Gamer Motivation Profile Findings - #GamesUR US Conference 2016.* YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=YZwiQd-0xqQ>
- Günzel, S. (2012): *Egoshooter: Das Raumbild des Computerspiels.* Campus Verlag.
- Harter, J. L. (2023). *Gaming has never been so cozy!* YouTube.
<https://blog.youtube/culture-and-trends/cozy-gaming-on-youtube/>
- Hendersen, D. (2014) *Using User Research to Improve Game Narratives.* GDC Vault.
<https://www.gdcvault.com/play/1020526/Using-User-Research-to-Improve>
- Hodent, C. (2017). *The Gamer's Brain: How Neuroscience and UX Can Impact Video Game Design.* CRC Press. <https://doi.org/10.1201/9781315154725>
- Ihring, S. (2020). „*Animal Crossing*“: *Im erfolgreichsten Nintendo-Spiel des Jahres geht es um Selbstverwirklichung.* DIE WELT.
<https://www.welt.de/iconist/partnerschaft/article208153769/Animal-Crossing-Im-erfolgreichsten-Nintendo-Spiel-des-Jahres-geht-es-um-Selbstverwirklichung.html?cid=onsite.onsitesearch>
- Irgendwas mit ARTE und Kultur. (2023). *Wer ist das "Lofi Girl"? | Mit offenen Augen | ARTE.* YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=bHO7mwzW1mw>
- Iser, W. (1971): *Die Appellstruktur der Texte; Der Lesevorgang; Die Wirklichkeit der Fiktion. Elemente eines funktionsgeschichtlichen Textmodells.* Konstanz 1971.
- Isbister, K. (2016). *How games move us.* The MIT Press.
- Ismail, A. (2018). *How to smash plates and speak videogames.* In: Whistler, C. (Hrsg.) *A profound waste of time 01.* Selbstpublikation von Caspian Whistler.
- Jackson, J. (2022). *Black women are reclaiming the cottagecore trend.*
<https://www.thezoereport.com/fashion/black-women-cottagecore>

- Jiao Hsia, J. (2017). *Put a Face on It: The Aesthetics of Cute*. YouTube.
https://www.youtube.com/watch?v=48oUuFJbsrg&t=545s&ab_channel=GDC
- Jin Kim (2014) *Interactivity, user-generated content and video game: an ethnographic study of Animal Crossing: Wild World*. Continuum: Journal of Media & Cultural Studies, 28:3, 357-370, doi 10.1080/10304312.2014.893984
- Juul, J. (2012). *A casual revolution: Reinventing Video Games and Their Players*. MIT Press.
- Kabukcu, Ö. (2020). *Coronavirus in Deutschland: Das sind die Top 10 Hobbys der Menschen*. RP Online.
https://rp-online.de/panorama/coronavirus/coronavirus-in-deutschland-das-sind-die-top-10-hobbys-der-menschen_aid-49923587
- Kelly, M. (2020). *The official Biden HQ in Animal Crossing has poll booths, ice cream, and malarkey*. The Verge.
<https://www.theverge.com/2020/10/16/21519505/joe-biden-animal-crossing-new-horizons-biden-hq-campaign-election>
- Kerr, C. (2021). Q&A: *Designing for empathy in wholesome life-Sim Cozy Grove*. Gamedeveloper.
<https://www.gamedeveloper.com/design/q-a-designing-for-empathy-in-wholesome-life-sim-i-cozy-grove-i-#lose-modal>
- Kwan, M. (2024). *Could the Cozy Game Genre be *gasp* Oversaturated?* Medium.
<https://medium.com/cros-s-play/could-the-cozy-game-genre-be-gasp-oversaturated-3f813f5cb851>
 Zugriff: Tag.Monat.Jahr des Abrufs).
- Koubek, J. (2016). *Retro-Gaming - Sieben Gründe, sich mit alten Spielen zu beschäftigen*. In: Letourneur, A., Mosel, M., Raupach T. (Hrsg.), *Retro-Games und Retro-Gaming: Nostalgie als Phänomen einer performativen Ästhetik von Computer- und Videospieldkulturen*. Verlag Werner Hülsbusch.
- LaMountain, M. (2022). *Animal Crossing Cults? Cult of the Lamb Review*. The Triangle.
<https://www.thetriangle.org/entertainment/cult-of-the-lamb-review/>
- Le Ngoc, M.T. (2023). *Diversity and representation are becoming more important for video game audiences*. Newzoo.
<https://newzoo.com/resources/blog/diversity-and-representation-video-games-2023>
- Letourneur, A., Mosel, M. Raupach T. (2016). *Retro-Games und Retro-Gaming: Nostalgie als Phänomen einer performativen Ästhetik von Computer- und Videospieldkulturen*. Verlag Werner Hülsbusch.
- Letourneur, A. (2016). *Retro als Erfahrungsqualität zeitgenössischer digitaler Spiele*. In: Letourneur, A., Mosel, M., Raupach T. (Hrsg.): *Retro-Games und Retro-Gaming: Nostalgie als Phänomen einer performativen Ästhetik von Computer- und Videospieldkulturen*. Verlag Werner Hülsbusch.
- Mao, Y., Yang, R., Bonaiuto, M., Ma, J., & Harmat, L. (2020). *Can flow alleviate anxiety? The roles of academic Self-Efficacy and Self-Esteem in building psychological sustainability and resilience*. Sustainability, 12(7), 2987. <https://doi.org/10.3390/su12072987>
- Martens, T. (2021). *In defense of cozy games and the wholesome games movement*. LA Times.
<https://www.latimes.com/entertainment-arts/story/2021-07-01/wholesome-games-movement-cozy-video-games-anti-violence>

- Martinez, J. J., Windleharth, T. W., Li, Q., Bhattacharya, A., Pearce, K. E., Yip, J. & Lee, J. H. (2022). *Joint media engagement in Families Playing Animal Crossing: New horizons during the COVID-19 Pandemic. Proceedings of the ACM on human-computer interaction.*
doi: 10.1145/3512947
- Mercado, M. (2020). *Psychologists explain why You're so obsessed with 'animal crossing' right now.* Bustle.
<https://www.bustle.com/p/why-animal-crossing-is-so-soothing-right-now-according-to-psychologists-2757232>
- McCloud, S. (2001). *Comics richtig lesen.* CARLSEN Verlag.
- McCloud, S. (2007). *Comics machen.* Alles über Comics, Manga und Graphic Novels. CARLSEN Verlag.
- McEvoy, S. (2023). *Report: 83% of mobile games fail in the three years after launch.* Gamesindustry.
<https://www.gamesindustry.biz/report-83-of-mobile-games-fail-in-the-three-years-after-launch>
- McLeod, J. (2016). *Colour Psychology today.* John Hunt Publishing.
- Merheb, A. (2023). *Hyper Casual Games vs Casual Games.* Ahmadmerheb.
<https://ahmadmerheb.com/hyper-casual-games-vs-casual-games/>
- Mikhaylants, A (2023). *TikTok Core: The Fashion World of Today.* The Crimson.
<https://www.thecrimson.com/article/2023/3/9/tiktok-aesthetics-microtrends-fast-fashion-style/>
- Mizin, K., & Petrov, O. (2021). *Emotional state GEMÜTLICHKEIT in cross-cultural perspective: Corpus-based approach.* Studies about Languages / Kalbų studijos 38, 43–60.
doi: 10.5755/j01.sal.1.38.26581
- Morris, S. (2024). *What are cosy games and which are the best ones?* Evening Standard.
<https://www.standard.co.uk/culture/gaming/cosy-games-best-genre-animal-crossing-stardew-valley-b1056844.html>
- Mosel, M. (2016). *Gefangen im Flow?: Ästhetik und dispositive Strukturen von Computerspielen.* Zweite korrigierte Auflage 2016. Verlag Werner Hülsbusch.
- MRIZ (2023) *My HONEST Fae Farm Review | Pros and Cons.* YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=xwuj26oqlgw>
- Müller-Lietzkow, J. (2016). *Game Studies und Medienökonomie.*
In: Sachs-Hombach K, Thon J.N. (Hrsg.): *Game Studies: Aktuelle Ansätze der Computerspielforschung.* Herbert von Halem Verlag
- Natsume (2010). *Harvest Moon: Hero of Leaf Valley.* TCRF.
https://tcrf.net/Harvest_Moon:_Hero_of_Leaf_Valley
- Nava, M. (2013). *The Art of Journey.* YouTube.
https://www.youtube.com/watch?v=RoHrwAacTwo&ab_channel=GDC
- Ng, J. (2015). *The Art of Firewatch.* YouTube.
https://www.youtube.com/watch?v=SdxO3HlhTE8&ab_channel=GDC
- Nutt, C. (2023). *An inviting Mini-World: How Nintendo made Animal Crossing.* Game Developer.

- <https://www.gamedeveloper.com/design/an-inviting-mini-world-how-nintendo-made-i-animal-crossing-i->
- Patel, V. (2023). *What is an indie game and why is it so popular*. Helpshift.
<https://www.helpshift.com/what-is-an-indie-game-and-why-is-it-so-popular/>
- Plourde, P. (2017). *The Art of Child of Light*. YouTube.
https://www.youtube.com/watch?v=st7giW3wqWM&t=5s&ab_channel=GDC
- Plummer, T. (2020). *Skill-Building Series: Pixel Art and Animation in the Hi-Bit Age*. YouTube.
https://www.youtube.com/watch?v=ZR_JBgNEeVM&ab_channel=GDC
- Popova, M. (2016). *Aesthetic Consumerism and the Violence of Photography: What Susan Sontag Teaches Us about Visual Culture and the Social Web*. The Marginalian.
<https://www.themarginalian.org/2013/09/16/susan-sontag-on-photography-social-media/>
- Popovich, N. (2017). *Slime Rancher: A Preemptive Postmortem*. YouTube.
https://www.youtube.com/watch?v=gyDOrNbvFN8&ab_channel=GDC
- Popovich, N. (2017b). *A Thousand Tiny Tales: Emergent Storytelling in Slime Rancher*. YouTube.
https://www.youtube.com/watch?v=GbVFfa89kUhw&ab_channel=GDC
- Popovich, N. (2019) *Making Games That Stand Out and Survive*. YouTube.
https://www.youtube.com/watch?v=DTvBgmNL-p0&ab_channel=GDC
- Reinecke, L., Klein S.A. (2016). *Game Studies und Medienpsychologie*.
In: Sachs-Hombach K, Thon J.N. (Hrsg.): *Game Studies: Aktuelle Ansätze der Computerspielforschung*.
Herbert von Halem Verlag.
- Rétroscoreing (2020). *Rétrogaming /archive. Les maîtres du jeu*. YouTube.
https://www.youtube.com/watch?v=5ppn-2OEyJw&ab_channel=R%C3%A9troscoreing
- Robinson-Yu, A. (2020). *Crafting A Tiny Open World: A Short Hike Postmortem*. YouTube.
https://www.youtube.com/watch?v=ZW8gWgpptI8&ab_channel=GDC
- Rodriguez, Q. (2023). *Daily Debate: Is Tears of the Kingdom a cozy game? Zelda Dungeon*.
<https://www.zeldadungeon.net/daily-debate-is-tears-of-the-kingdom-a-cozy-game/>
- Runzheimer B. (2016). *On Top of the List - Bildschirmspiel-Highlights im Spannungsfeld von Selbstdarstellung und Kunst*. In: Letourneur, A., Mosel, M., Raupach T. (Hrsg.): *Retro-Games und Retro-Gaming: Nostalgie als Phänomen einer performativen Ästhetik von Computer- und Videospieldkulturen*.
Verlag Werner Hülsbusch.
- Sanchez, M (2023): *My Time at Sandrock Review*. IGN.
<https://www.ign.com/articles/my-time-at-sandrock-review>
- Scheurle, J. (2020). *Why Animal Crossing calms you down, explained*. Polygon.
<https://www.polygon.com/2020/4/2/21201065/animal-crossing-new-horizons-calm-mindfulness-coronavirus-quarantine>
- Schreier, J. (2014) *Nintendo's Secret Weapon*. Kotaku.
<https://kotaku.com/inside-the-treehouse-the-people-who-help-make-nintendo-1301809672>
- Schwingeler, S. (2014). *Kunstwerk Computerspiel - digitale Spiele als künstlerisches Material*:

- Eine bildwissenschaftliche und medientheoretische Analyse. transcript Verlag.
- Schwingeler, S. (2014b). *It's All About Connecting the Dots*. In: Beil, B., Bonner, M., & Hensel, T. (Hrsg.): *Computer | Bild | Spiele*. Verlag Werner Hülsbusch.
- Selous, J. (2021). *What's up with our obsession with "aesthetics"?* Her Campus.
<https://www.hercampus.com/school/uct/whats-up-with-our-obsession-towards-aesthetics/>
- Shanspeare (2022). *Social Media's Obsession with Aesthetics and Curated Identities*. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=31NDzvFtNnI>
- Shmuplations (2022a). *Animal Crossing – Developer Interviews (2003, 2001)*. Shmuplations.
<https://shmuplations.com/animalcrossing/>
- Shmuplations (2022b). *Shigeru Miyamoto Talks Game Design (1998)*. Shmuplations.
<https://shmuplations.com/miyamotodesign/>
- Shmuplations (2022c). *Klonoa – developer interviews (1997, 2001)*. Shmuplations.
<https://shmuplations.com/klonoa/>
- Shmuplations (2022d). *Breath of Fire III – Developer interviews (1997)*. Shmuplations.
<https://shmuplations.com/breathoffireiii/>
- Shmuplations (2022e). *Game Arts x Chunsoft – Developer interview (1998)* Shmuplations.
<https://shmuplations.com/miyajixnakamura/>
- Shmuplations (2022f). *Masayuki Uemura – The Man Who Created the Famicom (2000)* Shmuplations.
<https://shmuplations.com/masayukiuemura/>
- Shmuplations (2023a). *Satoru Okada – 2022 Retrospective Interview* Shmuplations.
<https://shmuplations.com/okada2022/> (Zugriff: Tag.Monat.Jahr des Abrufs)
- Shmuplations (2023b). *Kirby's Adventure – 1993 Developer interview*. Shmuplations.
<https://shmuplations.com/kirbysadventure/> (Zugriff: Tag.Monat.Jahr des Abrufs)
- Siliconera (2015). *Harvest Moon And Beyond, What's Next For Natsume?* Siliconera.
<https://www.siliconera.com/harvest-moon-beyond-whats-next-natsume/>
- Stein, S. (2020). *You're not crazy: Tom Nook is nicer in Animal Crossing: New Horizons*. CNET.
<https://www.cnet.com/tech/gaming/youre-not-crazy-tom-nook-is-nicer-in-animal-crossing-new-horizons/>
- Stevenson, R (2018): *Visual Adventures on Sea of Thieves*. YouTube.
<https://youtu.be/BzppoQTG3m0?si=-bzcwfH4wYoxwvsA>
- Solar, A. (2023). *Games to Play If You Like Stardew Valley*. Gamerant.
<https://gamerant.com/stardew-valley-farming-sims-littlewood-portia-story-of-seasons/>
- Takahashi, T (2022). *What is it like being LGBT in Japan?* Izanau.
<https://izanau.com/article/view/lgbt-japan>
- TheFormalPickle (2022). *Why farming Simulator hits different*. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=AW0TE9l9Xzg>

- Thomson, J. (2021): *The philosophy and magic of Hayao Miyazaki's Studio Ghibli*. Big Think.
<https://bigthink.com/high-culture/studio-ghibli/>
- Tierney, J. (2013). *What Is Nostalgia Good For? Quite a Bit, Research Shows*. The New York Times.
<https://www.nytimes.com/2013/07/09/science/what-is-nostalgia-good-for-quite-a-bit-research-shows.html>
- Tran, V. (2021). *Charm Your Communities*. YouTube.
https://www.youtube.com/watch?v=o93BMHdde6Y&ab_channel=GDC
- Vella, D. (2019): *There's no Place Like Home. Dwelling and Being at Home in Digital Games*.
 In: Aarseth, E., Günzel, S. (Hrsg.): *Ludotopia. Spaces, Places and Territories in Computer Games*. transcript Verlag.
- Wada, Y. (2012). *Classic Game Postmortem: Harvest Moon*. GDC Vault.
<https://gdcvault.com/play/1016368/Classic-Game-Postmortem-Harvest>
- Walsh, A (2022): *Press Y to Cry: Generating Emotions in Videogame Narrative*. 2021. YouTube.
https://www.youtube.com/watch?v=_lp0libfp5M&ab_channel=GDC
- Wiking, M. (2017). *The Little Book of Hygge: Danish Secrets to Happy Living*. HarperCollins.
- Wimmer, J., (2013), *Die Prägkraft von Computerspielen*. In: Koubek, J, Mosel, M., Werning, S. (Hrsg.): *Spielkulturen: Computerspiele in der Gegenwartskultur und im Alltagsdiskurs*. Verlag Werner Hülsbusch.
- Wimmer J., Schmidt J-H. (2016). *Game Studies und Mediensoziologie*.
 In: Sachs-Hombach K, Thon J.N. (Hrsg.): *Game Studies: Aktuelle Ansätze der Computerspielforschung*. Herbert von Halem Verlag.
- Wischert-Zielke, M., Barke, A. (2023). *Differences between recreational gamers and Internet Gaming Disorder candidates in a sample of Animal Crossing: New Horizons players*. *Sci Rep* **13**, 5102 (2023).
<https://doi.org/10.1038/s41598-023-32113-6>
- World Health Organization (2020). *Addictive behaviours: gaming disorder*. WHO.
<https://www.who.int/news-room/questions-and-answers/item/addictive-behaviours-gaming->
- Yee AZH, Sng JRH (2022). *Animal Crossing and COVID-19: A Qualitative Study Examining How Video Games Satisfy Basic Psychological Needs During the Pandemic*.
 doi: 10.3389/fpsyg.2022.800683
- Yan, P. (2021). *Creating Newstalgia for 'Crash Bandicoot 4': Modernizing a Classic IP*. YouTube.
https://www.youtube.com/watch?v=FwjW10ADGnE&t=183s&ab_channel=GDC
- Yamamoto, K. (2015). *The myth of "Nihonjinron", homogeneity of Japan and its influence on the society*.
<https://cers.leeds.ac.uk/wp-content/uploads/sites/97/2016/04/The-myth-of-%E2%80%9CNihonjinron%E2%80%9D-homogeneity-of-Japan-and-its-influence-on-the-society-Kana-Yamamoto.pdf>
- Yee, N., & Ducheneaut, N. (n.d.). *Gamer Motivation Model Reference Sheets & Details*. Quantic Foundry.
<https://quanticfoundry.com/wp-content/uploads/2019/04/Gamer-Motivation-Model-Reference.pdf>
- Yee, N. (2016). *7 things We learned about primary gaming motivations from over 250,000 gamers*. Quantic Foundry. <https://quanticfoundry.com/2016/12/15/primary-motivations/>

Yee, N. (2018). *Beyond 50/50: Breaking down the percentage of female gamers by genre*. Quantic Foundry.
<https://quanticfoundry.com/2017/01/19/female-gamers-by-genre/>

Zhu, L. (2020). *The Psychology Behind Video Games During COVID -19 Pandemic: A Case study of Animal Crossing: New Horizons. Human behavior and emerging technologies*.
 doi: 10.1002/hbe2.221

Bildquellen

Abb.1

https://cdn.idealo.com/folder/Product/6770/6/6770628/s1_produktdbild_max/animal-crossing-new-horizons-switch.jpg
<https://images.nintendolife.com/e148c4591e59e/ac.large.jpg>

Abb.2

<https://trends.google.de/trends/explore?date=today%205-v&q=cozy%20games&hl=de>

Abb.3

https://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/a/a9/Harvest_Moon_Coverart.png
<https://cdn.mobygames.com/screenshots/1079191-harvest-moon-snes-in-game.png>

Abb.4

https://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/8/82/Animal_Crossing_Coverart.png
<https://assetsio.gnwdn.com/ajsdgh4rh7jvjuelyboft.jpg?width=1200&height=1200&fit=bounds&quality=70&format=jpg&auto=webp>

Abb.5

<https://cdn.mobygames.com/screenshots/10078505-animal-crossing-gamecube-you-are-encouraged-to-keep-good-relatio.jpg>
<https://1.bp.blogspot.com/-anNHZ2rYW4o/XnQ32oAYhPI/AAAAAAAAARGI/gx7onWpMcnk97HyOLGDiegsGvBnSQT6RgCLcBGAsYHO/s1600/animal-crossing-cube-penguin-complete-fog.JPG>

Abb.6

https://d1o0zx25fn5p70.cloudfront.net/1YDNLXXizLc3ftJqQXjfSQzztpU=/fit-in/350x350/noupscale/rebuy-akeneo/7/b/b/1/7bb164e13287bc10f9d4120e7acbec0a27111992_asset_3_14495.jpeg?t=0
<https://static.wikia.nocookie.net/nintendogs/images/a/a2/NintendogsHomeDS.png/revision/latest?cb=20220525001750>

Abb.7

https://d1o0zx25fn5p70.cloudfront.net/OX7vgcKn87mFjdgEFLcOjzhGU70=/fit-in/350x350/noupscale/rebuy-akeneo/b/9/1/6/b91659a787bde7e34aefc85772822dab2ebe0b07_asset_0_72790.jpeg?t=0
https://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/thumb/2/22/Cooking_Mama_gameplay.png/220px-Cooking_Mama_gameplay.png

Abb.8

https://m.media-amazon.com/images/I/51oi6NAdP7L_AC_UF894.1000_QL80_.jpg
<https://images.nintendolife.com/screenshots/6925/900x.jpg>

Abb.9

<https://i.redd.it/2ppo5tnap89a1.jpg>

<https://spieletipps4.com/wp-content/uploads/2022/10/Wohin-gehen-Stardew-Valley-Screenshots.jpg>

Abb.10

[https://cdn.vox-cdn.com/thumbor/UzfdM1LwHulqefTlczXgf5BGRyo=/0x0:1280x720/1200x0/filters:focal\(0x0:1280x720\):no_upscale\(\)/cdn.vox-cdn.com/uploads/chorus_asset/file/19863067/EUd9BZjU0AAy9B0.jpg](https://cdn.vox-cdn.com/thumbor/UzfdM1LwHulqefTlczXgf5BGRyo=/0x0:1280x720/1200x0/filters:focal(0x0:1280x720):no_upscale()/cdn.vox-cdn.com/uploads/chorus_asset/file/19863067/EUd9BZjU0AAy9B0.jpg)

<https://static1.srcdn.com/wordpress/wp-content/uploads/2020/03/Animal-Crossing-New-Horizons-Multiplayer.jpg>

Abb. 11

https://target.scene7.com/is/image/Target/GUEST_444371da-8603-4ea2-8092-254742895e23?wid=488&hei=488&fmt=jpeg

https://images.cgames.de/images/gsgp/287/cozy-grove_6133377.jpg

Abb. 12

<https://i.redd.it/8k225tuu85w51.jpg>

Abb.13

https://m.media-amazon.com/images/I/81I61NYf0FL._AC_UF894,1000_QL80_.jpg

<https://gaming-cdn.com/images/news/articles/5519/cover/fae-farm-hat-ein-fruhlings-update-erhalten-cover65fd6d40dfdae.jpg>

Abb.14

https://cdn1.epicgames.com/offer/267d05131d004e3494f952a9b1056562/en_US_BT_Epic_ProductPortraitImage_1200x1600-0539d0211e128b207a95f9354380a2f7

<https://cdn2.unrealengine.com/bandle-tale-a-league-of-legends-story-inspiration-isle-3840x2160-3e51525fb65c.jpg>

Abb.15

https://static1.millennium.org/articles/1/36/23/01/@/1316409-2020-03-25-18-14-31-window-article_m-L.png

https://oyster.ignimgs.com/mediawiki/apis.ign.com/animal-crossing-new-horizons/b/b4/SIN_Screenshot_2020-07-31_12-29-43.png?width=1280

Abb.16

https://de.wikipedia.org/wiki/Animal_Crossing

Abb.17

https://www.reddit.com/r/CozyGrove/comments/p6ur02/what_platform_do_you_play_cozy_grove_on/

Abb.18

<https://i.pinimg.com/736x/d9/32/4c/d9324c2ea5a8f56f9ae726247fc9c775.jpg>

<https://www.instagram.com/p/C4G5a8ZSNIP/?hl=de>

Abb.19

<https://149347190.v2.pressablecdn.com/wp-content/uploads/2019/08/standard-vs-kawaii-hiragana-handwriting.jpg.png>

https://miro.medium.com/v2/resize:fit:1360/1*TiG-2wzQOCHB25ZLtgsGpA.jpeg

Abb.20

https://lh6.googleusercontent.com/proxy/mZwkiIu4WvAhdYFmKtkYAwNIHSG18jizBbsHLynLVmnYyIG0QggbtO7bMiky dP-oRsvE5o60KI12Iu8bhjAY5kNBdMiWbU_2Cu1kLuDmReeROA
https://m.media-amazon.com/images/I/71Wk57arqL_AC_UF894.1000_OL80_.jpg

Abb. 21

<https://i.pinimg.com/564x/03/fd/9d/03fd9d78437a71268d8f100af722b706.jpg>
<https://i.pinimg.com/originals/f4/05/2e/f4052ec68516abe096317253967e9cd5.gif>
<https://images5.fanpop.com/image/photos/30600000/Whisper-of-the-Heart-whisper-of-the-heart-30619589-1920-1080.jpg>
<https://64.media.tumblr.com/2b5bc6ef0b93e5a89fba20d1235f5c46/c96a7450bb5d0364-3c/s1280x1920/13ca0818a7c41fe27a073e4b6178b5290fd1b8ce.jpg>
https://i.ytimg.com/vi/Guux_KTm_6M/hq720.jpg?sqp=-oaymwEhCK4FEIIDSFryq4qpAxMIARUAAAAAGAEIAADIQj0AgKJD&rs=AOn4CLCdRNbAo5vphogNqXyk9pOPfF67Q

Abb.22

<https://w.wallhaven.cc/full/1p/wallhaven-1p2oig.jpg>
<https://i.pinimg.com/564x/9a/41/dd/9a41ddf358ad1653ddc194f057c60dc.jpg>
<https://i.pinimg.com/564x/f2/90/5d/f2905d25eadad16baa6e641bbbb52b5f.jpg>
https://animesh.com/orig/1/177/1775/17752/animesh.com_pepermints-anime-studio-ghibli-rain-1775203.jpg
<https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcT5g4Pj5bfhsFh3jqNwA7eLagfqsNmiihxIDUodozbnAO4p4M6aExSqGfuSN5Tn1SGe471&usqp=CAU>

Abb.23

https://gyb.imgix.net/content/dam/gini/hausinfo/bilder/wohnen/landhaus-stil-einrichten.jpg_gini-transform/original/landhaus-stil-einrichten.1625156741139.jpeg
https://i.etsystatic.com/36067413/r/il/b1c227/3932953210/il_fullxfull.3932953210_m455.jpg
https://i.ytimg.com/vi/zo_ygSbEbhg/maxresdefault.jpg

Abb.24

https://www.instagram.com/p/Bqc5pWFnwLL/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=xcw9sr25j6is&epik=dj0yJnU9WlpIRjBEWHYtR1RZZjh0elpkV1VjYjcwVkdOWVB5Y3UmcD0wJm49bE55OVEyRXd0TVVsMnI4TGg1Vmh0OSZ0PUFBOUFB R1p0c3hV
<https://preview.redd.it/01n3augf5mj7l.jpg?auto=webp&s=ab61042d137c1485c9e457520f6ebd8d88d4ebfb>

Abb.25

<https://www.instagram.com/cozygamescorner/>

Abb.26

https://www.instagram.com/p/C8ABnZbo9i0/?img_index=1
https://www.instagram.com/p/C7MV6a3L3_c/
<https://image.coolblue.de/max/1024x576/content/78fc22ea259a88c6ac238cdbe069e56c>

https://images.prismic.io/leetdesk/92d93042-d6ae-4e63-9654-99af5f95e19e_Gaming_Chairs_Setup.png?auto=compress,format

Abb.27

<https://www.instagram.com/p/C2NXuc1x1-1/?hl=de>

<https://www.instagram.com/cozy.games/?hl=de>

Abb.28

<https://ttinventory.com/>

Abb. 29

https://www.instagram.com/p/Cx1HYvMIapC/?hl=de&img_index=1

<https://www.instagram.com/p/C3dE2eDIINp/?hl=de>

Abb.30

<https://static0.gamerantimages.com/wordpress/wp-content/uploads/2023/07/fae-farm-character-creativ.jpg>

<https://www.destructoid.com/wp-content/uploads/2023/09/Fae-Farm-Change-your-appearance.jpg?resize=640%2C360>

Abb.31

[https://harvestmoon.fandom.com/wiki/Zann_\(HoLV\)](https://harvestmoon.fandom.com/wiki/Zann_(HoLV))

Abb.32-38

Eigene Illustrationen

Abb.39

<https://static.wikia.nocookie.net/ghibli/images/4/43/Arrietty-k1-haus-klein.jpg/revision/latest?cb=20221019200342&path-prefix=de>

Abb.40

<https://gamebizz.de/listen/kosten-fur-das-upgrade-des-tierubergangshauses/>

<https://www.gamesradar.com/animal-crossing-new-horizons-queer-eye/>

<https://eloutput.com/de/Videospiele/Listen/Tierkreuzungs-Innenarchitektur-Kleidungsinseln/>

https://www.instagram.com/p/CWgTm6_sW6Z/?utm_source=ig_web_copy_link

<https://acnl-decor.tumblr.com/post/79390730141/lionellecrossing-working-on-my-interior-at-2am>

<https://www.kickstarter.com/projects/campervanmakeithome/camper-van-make-it-home-cozy-game-camperize-your-own-van?lang=de>

<https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcS5GBghNNr7NMPkIyT8ERI-9YgIGT5mVngqBQ&w=1000&h=1000&e=imp>

Abb.41

Ward, D., & Lasen, M. (2009). *An overview of needs theories behind consumerism*.

Journal of Applied Economic Science, S.142.

Abb.42

Yee, N., & Ducheneaut, N. (n.d.). *Gamer Motivation Model Reference Sheets & Details*, S.3.

Abb.43

<https://i0.wp.com/quanticfoundry.com/wp-content/uploads/2017/01/genre-gender-percentages.png?ssl=1>

Abb.44

<https://i0.wp.com/quanticfoundry.com/wp-content/uploads/2016/12/01-male-primary-motivations.png?fit=1870%2C936&ssl=1>

<https://i0.wp.com/quanticfoundry.com/wp-content/uploads/2016/12/02-female-primary-motivations.png?fit=1870%2C936&ssl=1>

<https://i0.wp.com/quanticfoundry.com/wp-content/uploads/2016/12/03-nonbinary-primary-motivations.png?fit=1870%2C936&ssl=1>

Abb.45

https://techraptor.net/sites/default/files/styles/content_inline_desktop/public/images/fae-farm-house-guide-coziness-score-screen.jpg?itok=xFNGTORV

Abb.46

<https://youtu.be/S3v6SIDmZXg?si=ddyvOqz0uUOdtX3N>

Abb.47

<https://preview.redd.it/i-can-do-what-with-my-days-v0-7p4s0tjdm70c1.png?width=1920&format=png&auto=webp&s=505fd72adf87a4bd244cd354abbac14dfaf9b02c>

Abb.48

[https://cdn.vox-cdn.com/thumbor/Ckgw0mrUXYozB-eKu1AVediAb_I=/1400x1400/filters:format\(jpeg\)/cdn.vox-cdn.com/uploads/chorus_asset/file/22047814/Switch_ACNH_2020_DecUpdate_SCRN_12.jpg](https://cdn.vox-cdn.com/thumbor/Ckgw0mrUXYozB-eKu1AVediAb_I=/1400x1400/filters:format(jpeg)/cdn.vox-cdn.com/uploads/chorus_asset/file/22047814/Switch_ACNH_2020_DecUpdate_SCRN_12.jpg)

<https://preview.redd.it/5ytz8m33ldma1.jpg?width=640&crop=smart&auto=webp&s=ee8e314905749f3506863430ecc4fa649f903a29>

Abb.49

https://www.researchgate.net/figure/Diagram-of-flow-theory-by-Csikszentmihalyi_fig1_312241128

Abb.50

<https://screenrant.com/animal-crossing-new-horizons-earn-nook-miles-quickly-easily/>

<https://www.polygon.com/animal-crossing-new-horizons-switch-acnh-guide/22770578/nook-mileage-rewards-titles-list-tasks-miles-chart-table>

Abb.51

<https://www.cbr.com/animal-crossing-new-horizons-blathers-museum/>

<https://animalcrossingwiki.de/acnh/museum>

Abb.52

<https://www.mypotatogames.com/spice-up-your-walkway-with-animal-crossing-new-horizons-path-borders/>

Abb.53

<https://leialeilani.com/guides/terraforming-guide-with-full-process>

Abb.54

https://www.youtube.com/watch?v=iIaohY1kkQs&ab_channel=KatieCozyway
https://www.youtube.com/watch?v=Jl0NfjXE_gc&t=80s&ab_channel=LexPlay

Abb.55

https://www.arrpeegeez.com/2016/02/stardew-valley-walkthrough-guide_27.html

Abb.56

https://www.instagram.com/edifier_global/p/CrLbhZrrImG/?img_index=1

Abb.57

https://i.kinja-img.com/image/upload/c_fit,q_60,w_645/cicwtm0fhujv9jcepmq.jpg

Abb.58

<https://www.gameswirtschaft.de/marketing-pr/landwirtschafts-simulator-19-dlc-fortsetzung/>

Abb.59

<https://www.vg247.com/dark-souls-2-guide-the-doors-of-pharros-and-how-to-defeat-the-royal-rat-authority>

Abb.60

<https://www.vg247.com/red-dead-redemption-2-brush-horse>

Abb.61

<https://marketplace.secondlife.com/p/Undertale-Home/8003676?page=1>

Abb.62

<https://www.nintendolife.com/guides/zelda-breath-of-the-wild-best-recipes-and-how-to-cook-food>

Abb.63

McCloud, S. (1994). *Understanding Comics: The Invisible Art*, S.31

Abb.64

https://shared.akamai.steamstatic.com/store_item_assets/steam/apps/2142790/ss_11800c6902cd77d6363e9e64118a84af55d7c75b.600x338.jpg?t=1718217591

https://shared.akamai.steamstatic.com/store_item_assets/steam/apps/1135690/ss_b32bfd3f68e1f9e264bd37e10a464629ca034f8.600x338.jpg?t=1718414626

https://shared.akamai.steamstatic.com/store_item_assets/steam/apps/413150/ss_4ff3fe6e9555052aaa076866407b0ba68fe73132.600x338.jpg?t=1711128146

Abb.65

https://shared.akamai.steamstatic.com/store_item_assets/steam/apps/729000/ss_b5c706abacf932c95851ab3c74ef5555f2151215.600x338.jpg?t=1705693631

https://shared.akamai.steamstatic.com/store_item_assets/steam/apps/1808680/ss_7b8df4e8746ed3461fc9aaba4af0e158c94dc5f.600x338.jpg?t=1717427380

https://shared.akamai.steamstatic.com/store_item_assets/steam/apps/1272840/ss_0d2bac05234a73ac1cc9dbcbee31e6774e8846df.600x338.jpg?t=1717416248

Abb.66

https://shared.akamai.steamstatic.com/store_item_assets/steam/apps/2303350/ss_39fe1195b9064440ce19130df5d2e9f042456475.600x338.jpg?t=1718109271

https://shared.akamai.steamstatic.com/store_item_assets/steam/apps/433340/ss_5339a74c4563d40a1d8a5638db2a9ed59c5b883b.1920x1080.jpg?t=1717544480

https://shared.akamai.steamstatic.com/store_item_assets/steam/apps/593150/ss_02de4cdb1df6adb5b566097eec96d13ffddd296e.600x338.jpg?t=1696517972

Abb.67

https://shared.akamai.steamstatic.com/store_item_assets/steam/apps/1963570/ss_d873ed97c47dcd24ec2616b2d4957329e9ff58f9.600x338.jpg?t=1715801124

https://shared.akamai.steamstatic.com/store_item_assets/steam/apps/1614890/ss_c682408bd89fa66e62ee3c684d25697f3dc7cc74.1920x1080.jpg?t=1696872684

https://shared.akamai.steamstatic.com/store_item_assets/steam/apps/914800/ss_fb39356fdb31c360f81598801f6398fcf83a6324.1920x1080.jpg?t=1704255891

Abb.68

https://store.steampowered.com/app/1136370/Bear_and_Breakfast/

https://store.steampowered.com/app/1717510/Time_on_Frog_Island/

<https://store.steampowered.com/app/1067540/Rki/>

Abb.69

https://store.steampowered.com/app/1545780/Post_Cards/

Abb.70

Geslin, E., Jégou, L., & Beaudoin, D. (2016). *How color properties can be used to elicit emotions in video games*. International Journal of Computer Games Technology, 2016, S.2,8

Abb.71

<https://stuf40.de/firewatch-test/>

<https://welcometolastweek.de/2017/03/22/firewatch-review-jede-perspektive-ein-einzigartiges-gemaelde/>

<https://www.derstandard.de/consent/tcf/story/2000030580470/firewatch-im-test-brillantes-krimiwandern-im-feuerwald>

<https://www.cbc.ca/news/science/firewatch-video-game-review-1.3443864>

Abb.72

<https://gameplay.cafe/wp-content/uploads/2019/09/journey-color-script.jpg>

Abb.73

https://store.steampowered.com/app/2678990/Minami_Lane/

<https://www.pange.ca/2023/02/04/stardew-valley-mods/>

https://store.steampowered.com/app/1970460/Garden_Galaxy/

Abb.74

https://store.steampowered.com/app/1685740/Surf_Club/

<https://store.steampowered.com/app/1585220/Melatonin/>

https://store.steampowered.com/app/925950/Here_Comes_Niko/

Abb.75

<https://store.steampowered.com/app/1813860/NAIAD/>

<https://store.steampowered.com/app/729000/Wytchwood/>

https://store.steampowered.com/app/1490340/We_Are_OFK/

Abb.76

<https://www.amazon.de/Cozy-Grove-%E8%BC%B8%E5%85%A5%E7%89%88-%E5%8C%97%E7%B1%B3-PS5/dp/B0BX15V1K2>

Abb.77

<https://www.ign.com/articles/2018/06/22/hollow-knight-review>

Abb.78

<https://store.steampowered.com/app/1454540/LAPIN/>

Abb.79

https://store.steampowered.com/app/2303350/Sticky_Business/

Abb.80

https://store.steampowered.com/app/1791590/Sunset_Hills/

<https://store.steampowered.com/app/1067540/Rki/>

Abb.81

<https://supersmashbrosultimate.fandom.com/de/wiki/Kirby>

Abb.82

<https://www.hitekno.com/games/2023/04/28/164649/7-game-mirip-harvest-moon-terbaru-bisa-jadi-obat-rindu>

Abb.83

<https://www.thegamer.com/animal-crossing-new-horizons-best-villagers-have-real-life/>

Abb.84

<https://www.storyofseasons.com/fomt/>

Abb.85

<https://www.hobbyconsolas.com/guias-trucos/cult-lamb/como-conseguir-oro-facil-rapido-cult-lamb-1108363>

https://www.gog.com/de/game/cult_of_the_lamb_cultist_edition

Abb.86

<https://www.wbur.org/endlesstthread/2023/09/15/lofi-girl>

https://store.steampowered.com/app/2113850/Spirit_City_Lofi_Sessions/

Eidesstattliche Erklärung

Ich versichere, dass ich die vorliegende Arbeit mit dem Titel

„Zwischen Hygge und Harvest Moon: Eine multidimensionale Analyse und Definition von Cozy Games hinsichtlich ihres Potenzials für eine Cozy Erfahrung im Kontext eines medien-kulturellen Wandels“

ohne fremde Hilfe selbständig verfasst und nur die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe. Wörtlich oder dem Sinn nach aus anderen Werken entnommene Stellen sind in allen Fällen unter Angabe der Quelle kenntlich gemacht. Diese Arbeit hat in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner Prüfungsbehörde vorgelegen.

Hamburg, 18.09.2024

Nadja Clauberg

Danksagung

Mein aufrichtiger Dank gilt Herrn Prof. Gunther Rehfeld, der diese Thesis betreut und mir stets mit einem offenen Ohr zur Seite gestanden hat.

Abschließend möchte ich mich herzlich bei meiner Familie bedanken, die mich während meines Studiums in jeder Hinsicht begleitet und unterstützt hat.

Nadja Clauberg

Hamburg,

September 2024