

Eine Repräsentativstudie zur Nutzung von
Computer- und Videospiele in Deutschland

→ Digitales Spielen als mediale Unterhaltung

Von Thorsten Quandt, Michael Scharnow
und Ruth Festl*

**Stereotype
Vorstellungen vom
digitalen Spielen**

Wenn von Computer- und Konsolenspielen gesprochen wird, denken immer noch viele an die prägenden Bilder früher Videospiele – Pong, Pac Man, Super Mario oder Tetris – oder aber an First Person Shooter wie CounterStrike. Insbesondere die ältere Generation, die digitale Spiele als Form des Entertainments nicht aus eigener Anschauung kennt und auch nicht mit solchen Spielen sozialisiert wurde (1), pflegt mitunter stereotype und zum Teil überholte Ideen, die wenig mit der aktuellen Realität zu tun haben. Auch in der Medienberichterstattung und der öffentlichen Diskussion erscheint das Bild vom „Gaming“ oft holzschnittartig vereinfacht: Digitale Spiele tauchen zumeist im Problemkontext Gewalt oder Sucht auf. Neben solchen limitierten Vorstellungen im Hinblick auf Spiele und deren Inhalte dominieren ebenso vereinfachte Ansichten bezüglich deren Nutzern: Der „vereinsamte Spieler“, der „Spiele-Nerd“ und das Gaming als „Kinderspiel“ gehören hierzu. (2)

**Digitale Spiele als
relevanter Teil des
Medienrepertoires**

Tatsächlich ist der Bereich der digitalen Spiele stark ausdifferenziert und weist eine sehr breite Produktpalette für jeweils unterschiedlichste Zielgruppen auf. Das Gaming hat sich zu einem wirtschaftlich höchst relevanten Faktor des Unterhaltungssektors entwickelt. Große Blockbuster-Titel – wie beispielsweise das unlängst erschienene Konsolenspiel „Halo Reach“ mit rund 200 Mio Dollar Umsatz am ersten Verkaufstag (3) – übertreffen bezüglich ihrer Umsatzzahlen selbst erfolgreichste Kinofilme. Neben den Verkäufen von Soft- und Hardware kommen noch zahlreiche weitere Einnahmequellen wie Merchandising, Verkäufe von In-Game-Artikeln oder Abonnementgebühren für die Nutzung von Online-Spielen hinzu. Gerade die Abonnement-Gebühren liegen im dreistelligen Millionenbereich – und das alleine in Deutschland. (4) **Die Spieleindustrie** verkörpert nach eigenen Angaben inzwischen einen der finanziell gewichtigsten Teile des Unterhaltungssektors. (5)

**Produktionskosten
erreichen das Niveau
von Spielfilmen**

Auch die Spielangebote selbst haben sowohl inhaltlich als auch formal nur noch wenig mit den einfachen Reaktionsspielen der Anfangszeit gemein. Die Flaggstitel der großen Hersteller werden inzwischen mit zweistelligen Millionenbudgets entwickelt. An ihrer Produktion sind vom Programmierer über den Grafiker und Musiker bis hin zu den Autoren und Produzenten bisweilen hunderte Mitarbeiter beteiligt. Viele Spiele erzählen darüber hinaus interaktive Geschichten und

übertreffen technisch weit die Möglichkeiten, die man sich vom interaktiven Film oder Fernsehen erwartet hatte. (6)

Anders als die klassischen Medienformate verfügen speziell Onlinespiele über das Potenzial, kommunikative Interaktionen großer Menschenmengen zu ermöglichen. Über das Internet können die Teilnehmer nicht nur gegen- oder miteinander spielen, sondern auch auf unterschiedlichste Art miteinander kommunizieren. So sind in Titeln wie World of Warcraft mitunter viele tausend Personen in einer Spielwelt präsent und tauschen dabei mit anderen Spielern Mitteilungen über Text- oder Audio-Chat aus. Dies unterstreicht den grundlegend sozialen Aspekt der Spiele, die von der Interaktion der Menschen untereinander sowie jener mit der computergenerierten Spielwelt leben. Das soziale Spielen über das Netz unterscheidet sich in der Menge und Qualität der kommunikativen Möglichkeiten deutlich von früheren Versionen des Computerspiels. Das digitale Spielen – so könnte man es zusammenfassen – ist seinen Kinderschuhen entwachsen.

Wie oben beschrieben, zeichnen sich diese Veränderungen nur langsam in der öffentlichen Diskussion ab. Der Grund hierfür mag auch in einem Generationensplit bei den Nutzern digitaler Spiele liegen: Vermutet wird, dass eine deutliche Trennung zwischen jungen Spielern und älteren Nichtspielern existiert, wobei letztere aufgrund ihres Lebensalters wiederum stärker den öffentlichen Diskurs bestimmen. (7) Die Folge dieser Differenz ist ein immer wieder zu Tage tretendes Unverständnis zwischen beiden Gruppen, das sich in Verbotsdiskussionen einerseits und Beschwerden über Stigmatisierung andererseits entlädt. (8) **Möglicherweise** verdeutlicht sich hier ein tiefer gehender Generationenkonflikt (9), der sich oberflächlich in der differierenden Nutzung interaktiver (Unterhaltung-) Medien niederschlägt, aber seine Ursachen in einem unterschiedlichen Verständnis der Alltagsgestaltung und Lebensführung hat. (10)

Die Forschung zu digitalen Spielen ist divers. Eine ganze Reihe wissenschaftlicher Disziplinen untersucht den Bereich mit höchst unterschiedlichen Interessen und Perspektiven – zumeist jedoch eher als Randthematik. Hierzu gehören die Psychologie, Soziologie, Psychiatrie und Neurologie, Informatik, Rechtswissenschaft, Pädagogik sowie die Medien- und Kommunikationswissenschaft. Analysiert wurden unter anderem die Fragen, warum Spiele für ihre Nutzer attraktiv sind, welche Präferenzen bestehen, ob es bestimmte Nutzungs- und Aneignungsprozesse gibt, ob Spiele aggressives Verhalten oder sogar eine Sucht evozieren können, wie Interaktionen und Kommunikationsprozesse im Spiel bestehen und ob es bestimmte Spielerkulturen gibt. Besondere Schwerpunkte bestehen bei der Erforschung psychischer Folgen des Spielens sowie Fragen des Jugendschutzes. (11) Die Methoden reichen

Spiele als Kommunikationsplattform

Ein Generationenkonflikt bestimmt die Diskussion

Verschiedene wissenschaftliche Disziplinen mit digitalen Spielen befasst

* Universität Hohenheim, Institut für Kommunikationswissenschaft.

von klassischen (Online-)Surveys (12) und (labor-)experimentelle Studien (13) bis hin zu umfangreichen (Leitfaden-)Interviews (14) und Beobachtungsstudien. (15) Eher selten sind dagegen Inhaltsanalysen oder Feldstudien. Insgesamt dominieren bislang Querschnitterhebungen, während Längsschnittdaten nur sehr vereinzelt vorgefunden werden. (16)

Lücken der Forschung

Auffällig ist die Tatsache, dass die (im weitesten Sinne) sozialwissenschaftliche Forschung digitale Spiele im besonderen Maße unter dem Wirkungsgesichtspunkt betrachtet hat. Damit werden zwar drängende gesellschaftliche Fragen und Befürchtungen bezüglich negativer Effekte adressiert, klassische Themen medien- und kommunikationswissenschaftlicher Forschung bleiben jedoch bislang in großen Teilen ausgespart. Über die Kommunikatoren hinter den Spielen ist bisher (zumindest aus akademischen Arbeiten) relativ wenig bekannt. Eine systematische Erfassung der Inhalte ist ebenfalls ausstehend – obwohl auch bei Spielen Botschaften vermittelt werden. Schließlich fehlen sowohl international als auch national ausgerichtete Nutzungsstudien, die sich dezidiert mit digitalen Spielen beschäftigen und Inzidenzzahlen über bestimmte Teilgruppen hinaus liefern.

Die Frage, welche Gruppen überhaupt Computer- und Videospiele nutzen, wurde zwar schon in diversen Studien aufgegriffen, doch meist mit einem speziellen Fokus auf bestimmte Alterssegmente oder spezifische Arten von Spielen. Auch sind die Fragen vorwiegend in allgemeine Markt-Medien-Studien kommerzieller Anbieter eingebettet. Fast ausnahmslos werden nur ausgewählte Ergebnisse öffentlich zugänglich gemacht.

Verbreitung des digitalen Spielens in Deutschland

Ein variierendes Interesse sowie abweichende Fragestellungen der Studien erklären diverse Unterschiede in den berichteten Nutzungszahlen. Eine vom Branchenverband Bitkom in Auftrag gegebene Telefonbefragung von 1000 Personen über 14 Jahren kam im Sommer 2010 zu dem Ergebnis, dass 29 Prozent der Deutschen ab 14 Jahren mit PC, Smartphone, Fernsehgerät oder Konsole spielen, bei den Jugendlichen sind es rund 80 Prozent. (17) Ähnlich hohe Zahlen liefern auch die regelmäßigen Allensbacher Computer- und Technikanalysen (ACTA) und die Typologie der Wünsche (TdW). (18)

Die beiden Studien des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest KIM (Kinder und Medien) und JIM (Jugendliche und Medien) bestätigen zumindest bei den Minderjährigen weitgehend die Ergebnisse der Bitkom-Befragung. Von den in der KIM-Studie 2008 befragten 1200 Kindern im Alter zwischen sechs und 13 Jahren nutzten 70 Prozent zumindest selten Computerspiele. (19) Der Anteil der absoluten Nichtspieler unter den rund 1000 befragten Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren der JIM-Studie 2009 lag sogar lediglich bei 19 Prozent. (20)

Im Hinblick auf das öffentlich häufig diskutierte Spielen über das Netz erzielt die ARD-ZDF-On-

linestudie deutlich geringere Zahlen als die allgemeinen Fragestellungen nach Computer- und Konsolenspielen in den oben genannten Studien. Nur 13 Prozent der telefonisch befragten 4503 Personen nutzen demnach Onlinespiele. (21) Während es bei den 14- bis 19-Jährigen noch 28 Prozent sind, interessieren sich bei den Personen ab 50 Jahren nur noch 6 Prozent für diese Art der Unterhaltung. Etwas höher liegen die Angaben der JIM-Studie zum Onlinespielen bei Jugendlichen: Auf Basis der letzten Erhebungswelle spielen bei den 12- bis 19-Jährigen 46 Prozent zumindest selten Solo-Onlinespiele, 40 Prozent sogenannte Multi-User-Onlinespiele (d.h. Titel, die mit anderen menschlichen Mitspielern (oder Gegnern) gespielt werden).

Die genannten Studien zeigen grosso modo eine ähnliche Tendenz auf: Digitale Spiele haben inzwischen die Mitte der Gesellschaft erreicht und sind ein alltäglicher Bestandteil des Medienrepertoires. Dies gilt offenbar im Speziellen für die junge Generation, während sich digitales Spielen als Form des Entertainments bei den oberen Alterssegmenten noch nicht durchsetzen konnte. Allerdings sind die berichteten Daten aufgrund ihrer Herkunft oder ihrer spezifischen Fragestellungen und Grundgesamtheiten nur bedingt aussagekräftig. Demnach bedarf es einer dezidierten, unabhängigen Nutzungsforschung, die alle Alterssegmente und Formen digitalen Spielens umfasst (und damit beispielsweise die KIM/JIM-Studien oder die ARD/ZDF-Onlinestudien ergänzen kann).

Die hier dokumentierte Studie „GameStat“ soll diese Lücke schließen: In jährlichen Abständen werden künftig Daten zum Stand des digitalen Spielens in Deutschland als universitäre Grundlagenforschung erhoben. (22) Die erste Repräsentativstudie „GameStat 2010“ wurde im Juni und Juli 2010 durchgeführt. 4506 zufällig ausgewählte Personen ab 14 Jahren wurden mittels computergestützter Telefoninterviews zu unterschiedlichen Formen des digitalen Spielens befragt.

Ergebnisse der Studie GameStat 2010

Die Studie zeigt zunächst, dass digitale Spiele – gleich welcher Plattform oder Art – inzwischen ein Unterhaltungsangebot für Millionen sind. Rund ein Viertel der Bevölkerung (24 Prozent) ab 14 Jahren beschäftigt sich demnach mit Computer- und Konsolenspielen (vgl. Tabelle 1). Hochgerechnet auf die deutsche Bevölkerung entspricht dies einem Bevölkerungsanteil von 16,8 Millionen Menschen. Insofern kann man hier sicherlich nicht mehr von einer Nischenbeschäftigung sprechen.

Die heutzutage möglichen, unterschiedlichen Spielformen zeugen von einer Differenzierung des Themenbereichs. Ein Hauptteil der Nutzer spielt zwar nach wie vor klassisch als Solo-Spieler alleine Computer- oder Videogames (81 Prozent), doch soziale Spielformen, bei denen die Interaktion mit menschlichen Spielpartnern im Vordergrund steht, sind ebenfalls hoch im Kurs. Mehr als zwei Drittel der befragten Spieler bestätigen, dass sie solche

Mangel an dezidiertem Nutzungsforschung

Künftig jährliche Datenerhebung im Rahmen der Studie „GameStat“

Differenzierte Formen des Spielens

Titel nutzen, bei denen man – ob kooperativ oder kompetitiv – gemeinsam mit anderen menschlichen Gegenübern spielt.

Häufiges Spielen in Gemeinschaft mit anderen

Nicht nur online werden soziale Formen des Spielens genutzt – dies tun 42 Prozent der Gamer –, auch das so genannte „co-located gaming“ erscheint den Ergebnissen der Studie zu Folge äußerst beliebt. Verstanden wird darunter das gemeinsame Spielen an einem Gerät – also beispielsweise das klassische „Konsolenspiel“ am Fernseher im heimischen Wohnzimmer. Zudem gehören viele der so genannten Partyspiele mit Bewegungssensoren oder Instrument-Controllern zu diesem Bereich (also z.B. Titel der Wii-Konsole oder die zurzeit beliebten Musikspiele). Überraschend liegt diese Form des gemeinsamen Spielens – die in der vorliegenden Studie im Gegensatz zu anderen Untersuchungen separat erhoben wurde – klar vor dem Online-spielen. Mehr als die Hälfte der Nutzer gibt an, an solchen gemeinsamen Spielen mit ko-präsenten menschlichen Mitstreitern teilzunehmen.

Eher selten wird dagegen allein über das Netz gespielt (z.B. Flash-Spiele ohne menschliche Mit- oder Gegenspieler) – nur knapp ein Drittel der befragten Gamer nutzen diese Spielform. Ebenfalls als Beschäftigung einer Minderheit erweist sich das sogenannte LAN-Gaming, also das Spielen über lokale Netzwerke beispielsweise auf LAN-Parties. (23) Weniger als ein Fünftel der Gamer nimmt an solchen Spielen teil.

Klischee vom vereinsamten Spieler trifft nicht zu

Die oben genannten Spielformen definieren natürlich noch keine Spielertypen, denn prinzipiell können von einer Person alle Angebote genutzt werden. Allerdings ist davon auszugehen, dass unterschiedliche persönliche Präferenzen dazu führen, dass bestimmte Kombinationen von digitalen Spielformen häufiger auftreten als andere. Da Spielformen in der vorliegenden Studie separat erhoben wurden, können diese Verknüpfungen mit Hilfe eines Venn-Diagramms nochmals genauer betrachtet werden (vgl. Abbildung 1).

Hier zeigt sich: „Reine Onliner“ und „Co-located-Spieler“ (Party-Spieler) sind eher untypisch – sie machen nur wenige Prozentpunkte der Nutzerschaft aus, ebenso wie Personen, die ausschließlich die Kombination dieser beiden Spielformen bevorzugen. Fast immer wird dagegen das klassische Solo-Spielen von den Nutzern angegeben, vorwiegend in Kombination mit Online- oder Co-located-Gaming. Demnach ist das Solo-Spiel gewissermaßen die „Basis“ des Computerspielens, weitere Nutzungsformen kommen entsprechend der individuellen Präferenzen hinzu. Wie bereits erwähnt zeigen die Daten allerdings auch, dass das reine Allein-Spielen gegen den Computer inzwischen eher die Ausnahme ist – unter 30 Prozent der Gamer beschränken sich darauf. Folglich muss die Vorstellung vom „vereinsamten Zocker“ als Standardtyp des Computerspielers auf Basis der genannten Daten ad acta gelegt werden. Die sozialen und vernetzten Games gehören inzwischen zum Standard digitalen Spielens und erfreuen sich großer Beliebtheit.

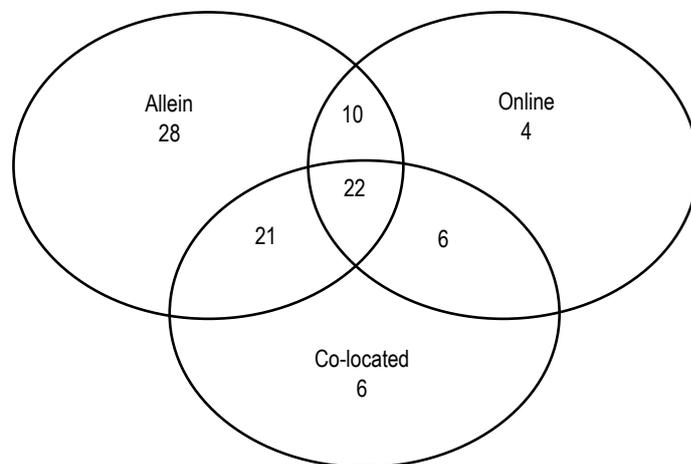
① **Nutzer von Computer-/Videospiele nach Geschlecht**

	Männer	Frauen	Gesamt
Anteil Nutzer Computer-/Videospiele (in % der jeweiligen Personengruppe)	30	19	24
n=	627	456	1 083
davon spielen ... (Anteil in %)			
solo	80	81	81
sozial	76	58	69
offline	91	95	93
online	52	30	42
gemeinsam an einem Gerät	58	52	55
allein online	34	27	31
LAN	25	6	17

n=4 506.

Quelle: GameStat 2010/I.

Abb. 1 Kombinationen von Spielformen
Anteil an allen Spielen in %



Basis: Venn-Diagramm: 1 083 Spieler.

Quelle: GameStat 2010/I.

Ein weiteres Vorurteil kann mit Hilfe der vorliegenden Daten ebenfalls widerlegt werden: Digitale Spiele sind nicht mehr ausschließlich eine Beschäftigung der (jungen) Männer. Der Spieleranteil bei den Männern liegt über alle Altersgruppen gerechnet bei 30 Prozent (vgl. Tabelle 1). Bei den Frauen ist der Nutzeranteil mit 19 Prozent zwar noch niedriger, dennoch finden sich damit in der Auswahlgesamtheit nur noch rund anderthalb mal so viele Spieler wie Spielerinnen. Als überraschend erweist sich auch der detaillierte Blick in die unterschiedlichen Formen des Spielens. Während beim klassischen Solospiel gegen den Computer kaum Unterschiede identifiziert werden können, ist die Differenz beim „sozialen“ Spielen durchaus erheblich.

Geschlechterdifferenz geringer als erwartet

Indes weisen diese Abweichungen in eine andere Richtung als erwartet: Aufgrund der üblichen Annahmen vom sozial isolierten männlichen Spielers einerseits und der vor allem an Interaktion

② Nutzer von Computer-/Videospiele nach Altersgruppen

	14-17 J.	18-29 J.	30-49 J.	50-64 J.	ab 65 J.
Anteil Nutzer Computer-/Videospiele (in % der jeweiligen Personengruppe)	60	49	26	15	9
n= 121	291	404	182	85	
davon spielen ... (Anteil in %)					
solo	64	80	80	92	89
sozial	93	92	74	29	13
offline	91	95	93	94	91
online	65	59	41	19	8
gemeinsam an einem Gerät	79	78	57	21	9
allein online	38	50	27	22	6
LAN	36	30	11	4	2

n=4 506.

Quelle: GameStat 2010/I.

und Kommunikation interessierten weiblichen Spielerin andererseits würde man annehmen, dass die Frauen stärker auf soziale Spiele zurückgreifen. Tatsächlich geben aber 76 Prozent der männlichen Gamer an, solche Multiplayerspiele zu nutzen, während es bei den Spielerinnen lediglich 58 Prozent sind. Das Interesse an interaktionsgebundenen Titeln spiegelt sich auch in den Zahlen zum Spielen über das Netz wider: Denn viele Angebote zur Interaktion mit menschlichen Mitspielern erfolgen online. Auch hier sind die männlichen Spieler mit einem Nutzeranteil von mehr als 50 Prozent offenbar stärker involviert als die Frauen. Bei letzteren spielt nur knapp ein Drittel über das Internet.

Die Unterschiede bei den nicht-sozialen Spielformen sind dagegen deutlich weniger prononciert. Beim klassischen Solo-Spiel gegen den Rechner ist der Anteil bei den Frauen sogar etwas höher, beim Solo-Spiel über das Internet sind die Differenzen verhältnismäßig gering, ebenso wie beim co-located gaming. Lediglich beim LAN-Spielen treten wieder Unterschiede zu Tage: Hier dominieren die männlichen Spieler. Während ein Viertel der männlichen Gamer auch per LAN spielt, tun dies nur eine Handvoll der weiblichen Spielerinnen (6 Prozent).

Unterschiedliche Präferenzen und Spielerbiografien

Eine Erklärung für die zum Teil überraschenden Differenzen liegt vermutlich in der Spielerfahrung und der Vertiefung in das Gaming: Viele Online-spiele (wie z.B. strategische Browser-Games) und LAN-Titel sind eher dem so genannten Hardcore-Gaming zuzuordnen, also jenem Bereich, in dem Titel mit komplexer Spielmechanik oder hohen Anforderungen an den Spieler dominieren und in dem sich vor allem erfahrene Spieler tummeln. Es gibt deutliche Hinweise darauf, dass die Spielerinnen im Schnitt eine kürzere Spielerbiografie haben als die Spieler, da sie erst seit verhältnismäßig kurzer Zeit zum Nutzerkreis gehören. (24) Bei den Männern hat sich das Gaming als Unterhaltungsform früher durchgesetzt, so dass sich hier Spieler mit langer Erfahrung finden. Hinzu kommen auch

Unterschiede in den Präferenzen für die diversen Genres. Aus verschiedenen Studien ist bekannt, dass beispielsweise männliche Spieler wesentlich häufiger Actionspiele bevorzugen – auch dies hat Einfluss auf die genutzten Spielarten (da z.B. team-basierte Multiplayer-Shooter meist online oder per LAN gespielt werden). (25)

Betrachtet man die Angaben zur Nutzung entsprechend der Altersgruppen, so wird deutlich, dass die immer noch verbreitete Vorstellung vom digitalen Spielen als Beschäftigung Minderjähriger – im Sinne von „Spielzeug“ – irreführend ist (vgl. Tabelle 2). Zwar nimmt der Anteil der Spielerschaft mit zunehmendem Alter deutlich ab, doch bis zu 50 Jahren spielen mehr als ein Viertel der Befragten Computer- oder Videogames. Bei den 14- bis 17-Jährigen sind es 60 Prozent, bei den 18- bis 29-Jährigen immerhin noch rund die Hälfte aller Befragten. Erst ab 50 Jahren wird die Zahl der Spieler sehr niedrig: Bei den Rentnern liegt sie dann nur noch unter 10 Prozent. Hier spielen die Sozialisation mit bestimmten Medien sowie entsprechend ausgebildete Präferenzen eine entscheidende Rolle – denn prinzipiell gehören gerade die Rentner zu den Vielnutzern medialer Unterhaltungsangebote und speziell des Bildschirmmediums Fernsehen.

Überraschend ist zudem, welche Formen des digitalen Spielens in den unterschiedlichen Altersgruppen überwiegen. Auf Basis öffentlicher Diskussionen besteht die Vermutung einer zunehmenden Vereinzelung Jugendlicher, so dass vor allem Minderjährige und junge Erwachsene „sozial isolierte“ Einzelspielermodi bevorzugen sollten, während Ältere stärker in gemeinschaftliches Spiel eingebunden sind. Tatsächlich verhält es sich aber genau umgekehrt. Ältere Spieler bevorzugen das Solo-Spielen, wohingegen soziale Spielformen bei den Jüngeren dominieren – dies betrifft sowohl Online-spiele als auch das co-located gaming, welches im Altersbereich bis 29 Jahre von fast 80 Prozent der Spieler als Nutzungsform genannt wird. Die Interaktion mit anderen steht also im Vordergrund – auch gerne im Rahmen von Partyspielen über die

Bis 50 Jahre ist Anteil der Spieler hoch

Ältere Spieler bevorzugen das Solo-Spielen

③ Nutzer von Computer-/Videospiele nach Bildungsgruppen

	Keine/ Hauptschule	Mittlere Reife	Abitur	Hochschul- abschluss
Anteil Nutzer Computer-/Videospiele (in % der jeweiligen Personengruppe)	19	22	29	19
n=	163	304	269	200
davon spielen ... (Anteil in %)				
solo	78	81	85	87
sozial	59	64	78	55
offline	90	93	96	94
online	44	39	47	27
gemeinsam an einem Gerät	46	50	64	43
allein online	39	22	45	14
LAN	12	10	22	11

n=4 212; Personen, die Angaben zur Bildung gemacht haben.

Quelle: GameStat 2010/I.

④ Nutzer von Computer-/Videospiele nach Einkommen

	Einkommen in Euro/Monat			
	0-1 000	1 000-2 500	2 500-4 000	ab 4 000
Anteil Nutzer Computer-/Videospiele (in % der jeweiligen Personengruppe)	27	23	24	22
n=	93	340	231	14
davon spielen ... (Anteil in %)				
solo	85	81	84	79
sozial	75	63	63	62
offline	94	94	95	89
online	52	41	36	33
gemeinsam an einem Gerät	60	51	49	47
allein online	43	35	16	24
LAN	20	12	12	18

n=3 409; Personen, die Angaben zum Einkommen gemacht haben.

Quelle: GameStat 2010/I.

Konsole am heimischen Fernsehapparat. Zwar schließen die genannten Daten den vereinsamten Jugendlichen als Spielertyp natürlich nicht aus, allerdings scheint dieser eher die Ausnahme denn die Regel zu sein, da co-located gaming schließlich ko-präsente menschliche Mitspieler voraussetzt.

In der öffentlichen Diskussion wird des Öfteren die These vertreten, dass Computer- und Videospiele ein Phänomen bildungsferner Schichten sei und zu einer Minderung schulischer Leistungen führe. (26) Die vorliegenden Daten legen diesen Schluss nicht nahe (vgl. Tabelle 3), im Gegenteil: Personen ohne Schulabschluss oder mit Hauptschulabschluss sind tendenziell seltener Nutzer digitaler Spiele als Personen mit mittlerer Reife oder Abitur. Insgesamt steigt der Spieleranteil über Personen mit mittlerer Reife bis hin zu jenen mit Abitur an. Die höchstgebildete Gruppe mit Hochschulabschluss nutzt dagegen unterdurchschnittlich häufig digitale Spiele. Kurzum: Die hochgebildeten Personen mit Abitur sind die Gruppe, in der sich anteilig die meisten Nutzer digitaler Spiele finden. Auch greifen diese Spieler im Schnitt auf fast alle Spielarten am häu-

figsten zurück, was für eine besonders intensive Beschäftigung mit unterschiedlichsten Ausprägungen des Spielens spricht. Insgesamt sind die Unterschiede aber nur mäßig stark und ergeben auch kein prägnantes Muster (speziell bei den einzelnen Spielformen).

Da Bildung in Deutschland auch stark mit dem Einkommen korreliert, könnte man zu dem Schluss kommen, dass die genannten Ergebnisse zur Bildung auch etwas mit Zugangsklüften auf Basis der finanziellen Ressourcen für notwendige (und teure) Hard- und Software zu tun haben. Es ist also zu fragen, ob der genannte Bildungseffekt – bzw. ausbleibende Bildungseffekt im Sinne der öffentlichen Diskussion – etwas mit dem zur Verfügung stehenden Einkommen zu tun hat. Die Resultate zeigen jedoch diesbezüglich keine bedeutsamen Unterschiede zwischen den Einkommensgruppen (vgl. Tabelle 4). Vielmehr ist auffällig, dass es hier offenbar überhaupt keinen Einfluss gibt: Personen in Niedrigeinkommensgruppen sind (mit minimalen

Kein Einfluss von Bildung und Einkommen

⑤ **Nutzer von Computer-/Videospiele nach Kindern im Haushalt**

	1 Kind	2 Kinder	3 Kinder	ab 4 Kinder	keine Kinder
Anteil Nutzer Computer-/Videospiele (in % der jeweiligen Personengruppe)	32	23	21	15	21
n=	226	149	29	12	643
davon spielen ... (Anteil in %)					
solo	84	74	90	100	84
sozial	71	74	84	50	62
offline	94	95	100	100	93
online	37	36	32	25	41
gemeinsam an einem Gerät	63	63	79	25	47
allein online	25	30	75	0	30
LAN	11	17	5	25	15

n=4 402; Personen, die Angaben zur Haushaltsstruktur gemacht haben.

Quelle: GameStat 2010/I.

Abweichungen) ebenso häufig Spieler wie jene in Hocheinkommensgruppen. Auch die Verteilungen auf die unterschiedlichen Spielformen stimmen in dieser Hinsicht weitgehend überein.

Familienstrukturen haben nur einen geringen Einfluss

Die obigen Daten zeigen, dass digitales Spielen in hohem Maße auch eine Gemeinschaftsbeschäftigung ist. Die Angebote werden demnach mit anderen gemeinsam genutzt, teilweise auch ko-präsent am heimischen Fernsehapparat (im Falle des co-located gaming). Hier stellt sich dann auch die Frage, ob die Familienstruktur eine Rolle spielt. Wird beispielsweise häufiger gespielt, wenn Kinder im Haushalt sind?

Die Daten zeigen hier keine eindeutige Tendenz: Zwar spielen Personen in 1-Kind-Haushalten häufiger als jene in Haushalten ohne Kinder, jedoch nimmt der Nutzeranteil in Haushalten mit mehreren Kindern wieder ab (vgl. Tabelle 5). Beim co-located gaming ist der Spieleranteil in Haushalten mit Kindern – unabhängig von der Anzahl – deutlich höher als in den Haushalten ohne Kinder. Dies ist vermutlich ein Hinweis darauf, dass gerade das ko-präsente Spielen mit anderen menschlichen Personen eher eine Form der Familienunterhaltung konstituiert. Die anderen Spielformen weisen keine ähnlich prägnanten Differenzen auf – insofern scheint die Haushaltsstruktur nur einen sehr spezifischen, insgesamt aber geringen Einfluss auf das digitale Spielen zu haben.

Welche Faktoren prägen maßgeblich das Computerspielen?

Die bislang genannten Ergebnisse legen den Schluss nahe, dass die Diffusion des digitalen Spielens in den verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen höchst unterschiedlich verläuft. Doch welche der genannten Faktoren erhöhen im Besonderen die Wahrscheinlichkeit, dass eine Person Nutzer solcher Spiele ist oder wird?

Um dies zu überprüfen, wurden nochmals alle genannten Variablen in Hinblick auf ihren nutzungsprägenden Effekt auf die jeweiligen Spielformen in einem Gesamtmodell mittels logistischer Regression überprüft (vgl. Tabelle 6). (27) Das Modell zeigt für alle Spielformen mit Ausnahme des Offlinespielens einen signifikanten Effekt des Alters. Grundsätzlich ist dieser dahingehend zu interpretieren, dass mit zunehmendem Alter die Wahrscheinlichkeit für die jeweiligen Spielformen abnimmt – mit Ausnahme des Solo-Spielens, das bei den Älteren beliebter ist als bei den Jüngeren. Das Geschlecht hat auf das Spielen allgemein, soziale Spielformen und das Onlinespielen einen signifikanten Einfluss: Frauen gehören seltener zu den Nutzern dieser Angebote. Schließlich führen Kinder im Haushalt zu einer Zunahme der Wahrscheinlichkeit des co-located gamings, während es zu einer Abnahme des Onlinespielens führt. Überraschend ist jedoch, dass kein anderer Zusammenhang signifikant wird. Weder Bildung noch das Einkommen haben einen statistisch signifikanten Einfluss auf das digitale Spielen im Speziellen. Ob hoch oder niedrig gebildet, ob hohes oder niedriges Einkommen – die Häufigkeit des Spielens wird davon nicht nachweislich beeinflusst.

Fazit

Die vorliegende Studie kann mit unabhängig erhobenen Repräsentativdaten ein überraschendes Bild vom Stand des digitalen Spielens in Deutschland zeichnen. Das Gaming hat als interaktive, mediale Unterhaltungsform inzwischen einen festen Platz im Alltag erstaunlich vieler Bürger eingenommen. Ist Deutschland damit eine Spielergesellschaft?

Die Antwort fällt gespalten aus: Für manche gesellschaftliche Gruppen lässt sich dies bejahen, andere halten sich beim digitalen Spielen deutlich zurück. Das Lebensalter ist immer noch ein zentraler Faktor bei der Diffusion des Gaming, und die Daten bestätigen letztlich die eingangs beschriebene These eines Generationenkonflikts. Während man bei den Jüngeren fast eine Volldiffusion beob-

Deutschland – ein Land der (Computer-)Spieler?

⑥ Nutzungsprägende Einflussgrößen bei Computer-/Videospiele

	Spielen allgemein	Solo- Spielen	Soziales Spielen	Offline Spielen	Online Spielen	Gemeinsam an einem Gerät	LAN
Alter	0.95*	1.02***	0.92***	1.00	0.95***	0.94***	0.94***
Geschlecht (w)	0.64***	0.91	0.43***	1.34	0.51***	0.85	0.29***
Bildung	1.00	1.07	1.06	1.16	1.03	1.01	1.04
Einkommen	0.98	1.03	1.00	0.98	0.97	1.01	1.02
Kinder im Haushalt	0.87*	0.96	1.09	1.51	0.83	1.32**	1.07
Pseudo-R2	0.09	0.02	0.25	0.01	0.12	0.16	0.15

Logistische Regression, Odds-Ratios, *...*** Signifikanzniveaus.

Quelle: GameStat 2010/1.

achten kann, sind digitale Spiele bei den Älteren eine Ausnahmeerscheinung.

Die Vorstellung, dass digitales Spielen vor allem ein Hobby der Männer ist, muss kritisch hinterfragt werden. Auch viele Frauen spielen inzwischen, wenngleich die Männer noch ein Übergewicht haben. Andere Faktoren wie Bildung und Einkommen scheinen auf Basis der vorliegenden Daten aktuell kaum relevant zu sein – was der öffentlichen Diskussion deutlich widerspricht. Spieler finden sich also quer durch alle Bildungs- und Einkommenschichten.

Überraschend sind zudem die Erkenntnisse bezüglich der unterschiedlichen Spielformen: Das soziale Spielen – ob als mediale Interaktion über das Netz oder vor dem heimischen Fernseher als co-located gaming realisiert – scheint überaus beliebt. Reine Solo-Spieler sind dagegen eher selten. Stereotypen Darstellungen vom „vereinsamten, männlichen und jugendlichen Spieler“ muss auf dieser Basis eine Absage erteilt werden.

Vorstellungen vom digitalen Spielen überdenken

Insofern gilt es, die Vorstellungen vom digitalen Spielen zu überdenken. Es handelt sich um eine in der Gesellschaft etablierte Form medialer Unterhaltung. Verschiedene Formen des Gaming erfüllen jedoch höchst differente Interessen und finden in unterschiedlichen Gruppen und Kontexten statt. Man kann folglich auch nicht alle Formen des Computer- und Videospieles über einen Kamm scheren. Freilich wissen wir im Detail bislang zu wenig über diese Formen, um sie analog zu anderen Arten medialen Entertainments beschreiben, analysieren und einordnen zu können. Somit sind weitere Studien erforderlich, um die hier skizzierte Vielfalt digitalen Spielens jenseits altbekannter Klischees weiter zu differenzieren.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Quandt, Thorsten/Jeffrey Wimmer/Kristin Vogel: Teamplay, Clanhopping und Wallhacker: Eine explorative Analyse des Computerspielens in Clans. In: Quandt, Thorsten/Jeffrey Wimmer/Jens Wolling (Hrsg.): Die Computerspieler. Wiesbaden 2008.
- 2) Vgl. Breuer, Johannes/Ruth Festl/Thorsten Quandt: Spielen und Leben in virtuellen Welten. Forschungsergebnisse zur Nutzung von Online-Games. In: Kaminski, Winfried/Martin Lorber (Hrsg.): Clash of Realities. München 2010 (in Vorbereitung).
- 3) Eigenangabe des Publishers Microsoft Game Studios.

- 4) Die Einnahmen durch Abonnementgebühren für Onlinespiele lagen 2008 nach einem Bericht von PriceWaterhouseCoopers in Deutschland bei 149 Mio Euro; vgl. PriceWaterhouseCoopers: German entertainment and media outlook: 2009-2013. Die Entwicklung des deutschen Unterhaltungs- und Medienmarktes. Frankfurt a.M. 2009.
- 5) Vgl. Jöckel, Sven: Spielend erfolgreich. Der Erfolg digitaler Spiele im Spannungsfeld ökonomischer, technologischer und nutzungsbezogener Aspekte. Wiesbaden 2009.
- 6) Vgl. Distelmeyer, Jan: Spielräume: Videospiele, Kino und die intermediale Architektur der Film-DVD. In: Leschke, Rainer/Jochen Venus (Hrsg.): Spielformen im Spielfilm. Zur Medienmorphologie des Kinos nach der Postmoderne. Bielefeld 2007.
- 7) Vgl. Quandt, Thorsten: Real Life in Virtual Games. Computerspiele und (Jugend-)Kultur. In: Hugger, Kai-Uwe (Hrsg.): Digitale Jugendkulturen. Wiesbaden 2010.
- 8) Vgl. ebd.
- 9) Mit seinem 2001 erschienenen Beitrag „Digital Natives, Digital Immigrants“ prägte Marc Prensky den Begriff „Digital Natives“ für Personen, die mit digitalen Technologien wie Computer und Internet aufgewachsen sind und von den „Digital Immigrants“ zu unterscheiden sind, die erst später mit solchen Technologien konfrontiert wurden. Die beiden Gruppen differieren laut Prensky eklatant, wodurch es in der Konsequenz zu einem Auseinanderklaffen der Generationen kommt.
- 10) Vgl. Stiss, Daniel: Mediensozialisation und Medienkompetenz. In: Batinic, Bernad/Markus Appel, (Hrsg.): Medienpsychologie. Heidelberg 2008, S. 361-378.
- 11) Als Übersicht zur Forschung vgl. u. a. Klimmt, Christoph: Die Nutzung von Computerspielen: Interdisziplinäre Perspektiven. In: Quandt, Thorsten/Jeffrey Wimmer/Jens Wolling (Hrsg.): Die Computerspieler. Studien zur Nutzung von Computer Games. Wiesbaden 2009, S. 57-72; Vorderer, Peter/Jennings Bryant, J.: Playing Videogames: Motives, Responses, Consequences. Mahwah, NJ 2006. Quandt, Thorsten: Computer- und Konsolenspiele: Ein Forschungsüberblick zur Nutzung und Wirkung von Bildschirmspielen. In: Kommission für Jugendmedienschutz der Landesmedienanstalten (Hrsg.): Umstritten und umworben: Computerspiele – eine Herausforderung für die Gesellschaft. Berlin 2010, S. 113-144; Quandt/Wimmer/Wolling (Anm. 1); Raessens, Joost/Jeffrey Goldstein(Hrsg.): Handbook of Computer Game Studies. Cambridge (Mass.)/London 2005.
- 12) Vgl. Cole, Helena/Mark D. Griffiths: Social Interactions in Massively Multiplayer Online Role-Playing Gamers. In: CyberPsychology & Behavior 10, 4/2007, S. 575-583; Yee, Nick: The Psychology of MMORPGs: Emotional Investment, Motivations, Relationship Formation, and Problematic Usage. In: Ralph Schroeder/Ann-Sofie Axelsson (Hrsg.): Avatars at Work and Play: Collaboration and Interaction in Shared Virtual Environments. London 2006, S. 187-207
- 13) Vgl. Choi, Boreum/Inseong Lee/Dongseong Choi/Jinwoo Kim: Collaborate and Share: An Experimental Study of the Effects of Task and Reward Interdependencies in Online Games. CyberPsychology & Behavior 10, 4/2007, S. 591-595; Smyth, Joshua M.: Beyond Self-Selection in Video Game Play: An Experimental Examination of the Consequences of Massively Multiplayer Online Role-Playing Game Play. In: CyberPsychology & Behavior 10, 5/2007, S. 717-721.
- 14) Vgl. Lee, Ichia/Chen-Yi Yu/Holin Lin: Leaving a Never-Ending Game: Quitting MMORPGs and Online Gaming Addiction. Paper presented at the DiGRA 2007 Conference, Tokyo 2007; Grüninger, Helmut/Thorsten Quandt/Jeffrey Wimmer: Generation 35 Plus. Eine explorative Interviewstudie zu den Spezifika älterer Compu-

- terspieler. In: Quandt, Thorsten/Jeffrey Wimmer/Jens Wolling (Hrsg.): Die Computerspieler. Wiesbaden 2008.
- 15) Vgl. Nicholas Ducheneaut/Robert J. Moore, R. J.: The social side of gaming: a study of interaction patterns in a massively multiplayer online game. In: Proceedings of the 2004 ACM conference on Computer supported cooperative work. Chicago, Illinois, 6. 10.2005; Nicholas Ducheneaut/Nick Yee/Eric Nickell/Robert J. Moore: „Alone Together?“ Exploring the Social Dynamics of Massively Multiplayer Online Games. Paper presented at the CHI 2006. Montreal, Quebec; In: Peña, Jorge/Jeffrey T. Hancock: An Analysis of Socioemotional and Task Communication in Online Multiplayer Video Games. In: Communication Research 33, 1/2006, S. 92-109.
 - 16) Vgl. Seay, A. Flemming/Robert E. Kraut: Project massive: Self-regulation and problematic use of online gaming. CHI 2007: Proceedings of the ACM conference on human factors in computing systems. New York 2007, S. 829-838; Williams, Dmitri: Virtual Cultivation: Online Worlds, Offline Perceptions. In: Journal of Communication, 56, 1/2006, S. 69-87.
 - 17) Der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien Bitkom versteht sich nach Eigenangaben als „Sprachrohr der IT-, Telekommunikations- und Neue-Medien-Branche“ und vertritt über 1 000 Unternehmen in diesem Bereich. Demnach ist die Studie natürlich im Sinne einer Auftragsforschung zu bewerten. Durchführendes Unternehmen war die Aris Umfrageforschung.
 - 18) Bei der uns vorliegenden TdW innerhalb des Erhebungszeitraums 2007 und 2008 wurden 26,6 Prozent Personen ab 14 Jahren identifiziert, die zumindest selten Video- bzw. Computerspiele nutzen. Die ACTA kommt im Vergleichszeitraum 2008 auf 29,2 Prozent der mündlich befragten Personen ab 14 Jahren.
 - 19) Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: KIM-Studie 2008. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-jähriger. Stuttgart 2009, S. 28.
 - 20) Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM-Studie 2009. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-jähriger. Stuttgart 2009, S. 39.
 - 21) Vgl. van Eimeren, Birgit/Beate Frees: Fast 50 Millionen Deutsche online – Multimedia für alle? Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2010. In: Media Perspektiven 7-8/2010, S. 341.
 - 22) GameStat ist Teil eines größeren Forschungszusammenhangs an der Universität Hohenheim. Die Studie ergänzt das dort durchgeführte ERC-Projekt „The social fabric of virtual life“, in dessen Rahmen weitere Forschungen speziell zu sozialen Formen des Spielens und zu Onlinegames durchgeführt werden. „The social fabric of virtual life“ wird vom European Research Council finanziert (Projekt-Nr. 240864).
 - 23) Darunter werden Events in großen Veranstaltungsräumen und Hallen verstanden, in deren Rahmen zum Teil hunderte von Spiele-PCs in einem lokal eingerichteten Netzwerk zusammengeschlossen werden, so dass in Gruppen mit- oder gegeneinander gespielt werden kann. Auf solchen Veranstaltungen werden oft auch Wettbewerbe ausgetragen, zum Teil als (semi-)professioneller e-Sport, der sich als digitales Äquivalent zum klassischen Sport versteht. In Asien sind diese Wettbewerbe auch gesellschaftlich als Sportveranstaltungen anerkannt und werden mitunter im Fernsehen übertragen.
 - 24) Vgl. Quandt, Thorsten/Jeffrey Wimmer: Online-Spieler in Deutschland 2007: Befunde einer repräsentativen Befragungsstudie. In: Quandt, Thorsten/Jeffrey Wimmer/Jens Wolling (Hrsg.): Die Computerspieler. Studien zur Nutzung von Computer games. Wiesbaden 2008, S. 169-192.
 - 25) Vgl. Hartmann, Tilo/Christoph Klimmt: Gender and computer games: Exploring females' dislikes. In: Journal of Computer-Mediated Communication 11, 4/2006, S. 910-931.
 - 26) Vgl. Mößle, Thomas/Florian Rehbein/Matthias Kleimann/Christian Pfeiffer: Die PISA-Verlierer und ihr Medienkonsum. In: Bitzer, Eva Maria/Ulla Walter/Heidrun Lingner/Friedrich-Wilhelm Schwartz (Hrsg.): Kindergesundheit stärken: Vorschläge zur Optimierung von Prävention und Versorgung. Berlin 2009.
 - 27) Die logistische Regression weist spaltenweise sogenannte Odds-Ratios aus. Ist deren Wert über 1, trägt die jeweilige Zeilenvariable positiv zur Wahrscheinlichkeit für das Auftreten der jeweiligen Spaltenvariable bei, ist er unter 1, ist der Einfluss negativ. Signifikante Werte sind mit den üblichen Niveaus von * bis **** ausgewiesen. Das heißt, im gegebenen Fall führt beispielsweise eine Zunahme des Lebensalters zu einem signifikanten Abnehmen der Wahrscheinlichkeit, ein Computer- und Konsolenspieler zu sein.

