

**Langzeitstudie GameStat:  
Repräsentativbefragungen zu digitalen Spielen  
in Deutschland 2010 bis 2013**

## ▶ **Digitale Spiele: Stabile Nutzung in einem dynamischen Markt**

*Von Thorsten Quandt\*, Johannes Breuer\*,  
Ruth Festl\* und Michael Scharkow\**

**Digitale Spiele  
als Unterhaltungs-  
medium erfolgreich  
etabliert**

Digitale Spiele haben sich in den letzten Jahren im Mainstream der Medien als interaktive Unterhaltungsangebote etabliert. (1) Im Markt für Spiele auf Computern, Konsolen und mobilen Endgeräten werden in Deutschland inzwischen hohe Umsätze erzielt – der Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware (BIU) wies allein für das erste Halbjahr 2013 eine dreiviertel Milliarde Euro Umsatz aus. (2) Die Spieleindustrie verweist dabei des Öfteren auf Vergleichsgrößen im Bereich klassischer Medien – so wird u. a. betont, dass man die Filmindustrie im Umsatz längst überholt habe. (3)

Solche Vergleiche zwischen den Medien werden aber zunehmend obsolet, da Spielmarken regelmäßig ihren Weg in andere Medien finden und umgekehrt Film- und Fernsehangebote auch als Spiele umgesetzt werden. Crossmediale Konzepte sind gerade bei großen Marken und sogenannten Triple-A-Titeln nicht mehr die Ausnahme. Auch wenn die Produktions- und Organisationskonvergenz durch unterschiedliche Biografien und Kulturen (4) in traditionellen Medien und der Spieleindustrie noch an Grenzen stößt, ist doch eine Tendenz zu einer verstärkten Zusammenarbeit und einem crossmedialen Denken zu erkennen. (5)

**Ein Viertel  
der ab 14-Jährigen  
in Deutschland nutzt  
digitale Spiele**

Der ökonomische Erfolg basiert auf einer inzwischen hohen Verbreitung von digitalen Spielen in der Bevölkerung: Unabhängige Studien weisen für Deutschland rund 25 Prozent Spieler in der Altersgruppe ab 14 Jahren aus. (6) Diese Forschungsarbeiten widerlegen auch das Vorurteil, dass es sich bei digitalen Spielen immer noch um eine Beschäftigung für den stereotypen männlichen, jugendlichen „Nerd“ handele. (7) Tatsächlich finden sich die in absoluten Zahlen größeren Spielergruppen wohl bei den (jungen) Erwachsenen. (8) In der gesamtgesellschaftlichen Diffusion hinkt Deutschland allerdings noch anderen Nationen hinterher, in denen digitale Spiele inzwischen eine alltägliche Freizeitbeschäftigung für breite Bevölkerungsschichten darstellen. (9)

Die insgesamt dynamische Entwicklung der Markt- und Verbreitungszahlen hat jedoch unlängst einen Dämpfer erfahren: Im Jahr 2012 war die Marktentwicklung in Deutschland deutlich rückläufig – der Umsatzrückgang betrug zwischen 6 Prozent und 7 Prozent; das Gesamtumsatzvolumen lag bei etwas weniger als 2 Mrd. Euro. (10) Als ein wichtiger Grund kann hier die Finanzkrise angeführt werden, die auch bei (Unterhaltungs-)Medien weltweit Einbrüche aufgrund rückläufiger Ausgaben der Privathaushalte nach sich zog – im internationalen Vergleich erwies sich der deutsche Markt sogar als sehr robust. (11)

Freilich führte nicht nur die Finanzkrise zu turbulenten Veränderungen und Verwerfungen im Bereich digitaler Spiele. Ein Teil der weltweiten Zurückhaltung bei den Nutzern liegt auch darin begründet, dass sich Distribution, Bezahlmodelle und Endgeräte in den letzten Jahren deutlich verändert haben. Ein verstärkter Onlinevertrieb, neue Bezahlmodelle wie Micro-Payment und Free-to-Play (12), die Diversifikation mobiler Spielgeräte oder der aktuelle Wechsel zu einer neuen Generation von Spielekonsolen – all diese Faktoren haben zu einem deutlichen und beschleunigten Wandel der Branche und des Spielmarktes beigetragen. Auch die weiterhin anhaltende Sucht- und Gewaltdebatte in Bezug auf digitale Spiele trägt zu einer gewissen Unübersichtlichkeit bei, mit der die User umgehen müssen. Insofern ist zu fragen, wie stabil die Nutzung angesichts der vielfältigen Veränderungen und öffentlich diskutierter Risiken ist.

Die Forschung zu digitalen Spielen konnte bislang wenig Auskunft über solche Langzeitentwicklungen geben. Längsschnittlich ausgelegte Studien, die Veränderungen über einen gewissen Zeitraum betrachten, sind extrem rar. (13) Die Wissenschaft hat sich in der Vergangenheit insbesondere den Risiken – und hier vor allem den gewalthaltigen Inhalten (14) sowie exzessiver Nutzung und Sucht (15) – aus einer Wirkungsperspektive gewidmet. In dieser Forschungsrichtung dominieren (labor-experimentelle) Querschnittsstudien. In letzter Zeit wurden aber auch positive Auswirkungen betrachtet, beispielsweise in Forschungsarbeiten zu Lerneffekten und sogenannten Serious Games (16). Auch gibt es Ansätze, die Qualität von Computerspielen zu erfassen, beispielsweise in der in diesem Heft von Christina Schumann vorgestellten Studie zur Computerspiel-Qualität aus Nutzersicht. Insgesamt ist die Forschung damit zwar vielfältiger geworden, dennoch bleibt die Betrachtung meist auf kleinere Stichproben und einzelne Erhebungszeitpunkte beschränkt.

**Krise und Wandel  
der Spielebranche**

**Fehlende  
Langzeitforschung**

\* Westfälische Wilhelms-Universität Münster,  
Institut für Kommunikationswissenschaft.

**Tab. 1 Übersicht der zugrunde liegenden Einzelstudien (E) und Panelwellen (P)**

Durchführungsjahr	Studie	Anzahl Befragte	davon: Nutzer digitaler Spiele
2010	E0*	4 506	1 083
2011	E1**	50 012	12 587
2011	P1	5 000	4 500
2012	E2	1 004	242
2012	P2	2 500	2 213
2013	E3	1 001	242
2013	P3	1 045	945

\* Die Einzelstudie von 2010 diente als Vorstudie für die weiteren Jahre und wird als E0 bezeichnet, da das erste komplette Erhebungsjahr mit Einzel- und Panelstudie 2011 ist.

\*\* Die Einzelstudie 2011 diente auch zur Identifikation und Rekrutierung der Panelbefragten, so dass sie erheblich größer ausfallen musste. Vgl. zur Methode ausführlicher Quandt/Festl/Scharnow: Digitales Spielen – Medienunterhaltung im Mainstream. In: Media Perspektiven 9/2011, S. 414–422.

Quelle: GameStat 2010 bis 2013.

**GameStat 2010-2013: Repräsentative Längsschnittstudien** Die Studien GameStat (17) setzen hier an: Sie liefern bevölkerungsrepräsentative Daten für Personen ab 14 Jahren und werden seit 2010 jährlich als Telefonbefragungen (18) durchgeführt. Daten aus verschiedenen Erhebungsphasen wurden bereits in Media Perspektiven vorgestellt. (19) Dabei wurden jedoch bislang nur einzelne Jahresdaten unabhängig voneinander, das heißt im „Querschnitt“ diskutiert.

Tatsächlich wurden aber im zugrunde liegenden Projekt seit 2010 vier bevölkerungsrepräsentative Einzelstudien durchgeführt; zudem findet seit dem Frühjahr 2011 eine Panelstudie in Jahresabständen statt, bei der dieselben Personen wiederholt zu ihren Spielgewohnheiten, ihren Einstellungen und Persönlichkeitsmerkmalen befragt werden. Die bevölkerungsrepräsentativen Studien dienen dazu, den Anteil von Nutzern digitaler Spiele in der Bevölkerung und die Verbreitung verschiedener Spielformen zu erfassen, und liefern zudem Eich- und Gewichtungswerte für die Panelstudie. (20) Mit dieser Datenbasis können erstmals Entwicklungen in der gesamtgesellschaftlichen Nutzung digitaler Spiele, aber auch Veränderungen in den Gewohnheiten von Spielern über einen längeren Zeitraum nachgezeichnet werden (vgl. Tabelle 1).

#### Verbreitung digitaler Spiele im Zeitverlauf

An erster Stelle steht bei solchen Langzeitstudien natürlich die Frage nach Veränderungen in der allgemeinen Nutzung bzw. der Verbreitung des Phänomens digitale Spiele in der Gesamtgesellschaft. Ist der Mainstream-Erfolg dieser interaktiven Unterhaltungsangebote nur ein kurzes Intermezzo gewesen, das durch die Krise letztlich beendet wurde? Oder haben sich die digitalen Spiele als feste Größe im Reigen der (Unterhaltungs-) Medien etabliert?

Die repräsentativen Diffusionsdaten aus vier Erhebungsjahren (2010 bis 2013) sprechen eine eindeutige Sprache: Insgesamt liegt die Verbreitung digitalen Spielens sehr stabil bei rund einem Viertel der Befragten. Die Verschiebungen zwischen den Jahren sind marginal. Von 2011 nach 2012 ist zwar tatsächlich ein kleiner Rückgang zu verzeichnen, welcher die weiter oben skizzierte schwierige Marktlage im Jahr 2012 zu reflektieren scheint. Allerdings bewegt man sich auch hier bei gerade mal 1 Prozent Differenz, bezogen auf die Gesamtheit der Spieler.

Ein solcher Blick auf die Gesamtdurchdringung kann jedoch täuschen: Denn Veränderungen in einer gesellschaftlichen Teilgruppe können die in einer anderen ausgleichen – in der Summe sieht das gegebenenfalls nach Stabilität aus. Insofern lohnt es sich, auch unterschiedliche Teilgruppen innerhalb der Gesamtheit der befragten Personen zu betrachten (vgl. Tabelle 2).

Hier wird deutlich: Die Anteile von Spielern bei Männern und Frauen sind ebenfalls sehr stabil – bei den Männern nutzen über die Jahre knapp 30 Prozent digitale Spiele, bei den Frauen sind es knapp 20 Prozent, mit kleineren Schwankungen in einzelnen Jahren. Somit finden sich unter den Spielern weiterhin mehr Männer als Frauen, wenngleich das Verhältnis keineswegs so unausgeglich ist, wie es stereotype Darstellungen vom „jugendlichen Zocker“ vermitteln. Diese Vorstellung ist auch deswegen falsch, weil in absoluten Zahlen die erwachsenen Spieler in der Mehrheit sind.

Die relativen Anteile in den Altersgruppen verdeutlichen freilich, dass zwischen den Altersgruppen erhebliche Unterschiede in der Verbreitung des digitalen Spielens bestehen. In der jüngsten Gruppe der 14- bis 17-Jährigen ist über die letzten Jahre nochmals ein deutliches Wachstum von knapp 60 Prozent auf über 80 Prozent zu beobachten, und auch in der Gruppe 18 bis 29 Jahre hat der Anteil der Spieler von knapp 50 Prozent auf über 60 Prozent zugenommen. Auf die Gesamtzahl der Spieler hat dies freilich bislang nur wenig Einfluss, da die älteren Bevölkerungsgruppen in Deutschland dominieren. Bei diesen sind die Zahlen fluktuierend, und bei der großen Gruppe ab 65 Jahren letztlich sogar leicht rückläufig. Freilich finden sich bei allen Altersgruppen ab 30 Jahren nur Schwankungen im (meistenteils niedrigen) einstelligen Bereich. Für die künftige Entwicklung des Spielbereichs erscheinen somit insbesondere die Wachstumszahlen in den jüngeren Altersgruppen interessant zu sein. Möglicherweise setzen sich diese Zahlen langfristig auch in den älteren Gruppen fort, wenn die Spieler durch Alterung in diese Gruppen hineinwachsen. Allerdings setzt dies voraus, dass die Nutzung nicht beim Eintritt in andere Lebensphasen nachlässt oder ganz aufhört; dies wird noch an späterer Stelle diskutiert (vgl. hierzu auch Tabelle 6).

**Anteil der Spieler seit 2010 stabil**

**Männer unter den Spielern etwas überrepräsentiert**

**Deutliche Zuwächse bei den unter 30-Jährigen**

**Tab. 2 Nutzer digitaler Spiele**  
in %

	Gesamt	Männer	Frauen	14-17 J.	18-29 J.	30-49 J.	50-64 J.	ab 65 J.
2010	24,0	29,6	19,1	59,6	49,2	26,3	14,9	8,9
2011	25,2	30,1	20,9	67,1	50,2	28,8	16,8	9,7
2012	24,2	29,6	19,4	80,8	55,1	24,5	15,9	10,4
2013	24,2	29,0	19,7	86,7	61,0	27,9	14,8	7,7
Mittelwert	24,4	29,6	19,8	73,6	53,9	26,9	15,6	9,2

Basis: Einzelstudien (alle Befragten).

Quelle: GameStat 2010 bis 2013.

**Tab. 3 Nutzungsdauer**  
in Min./Tag

	Gesamt	Männer	Frauen	14-17 J.	18-29 J.	30-49 J.	50-64 J.	ab 65 J.
2011	50	58	38	73	64	41	43	46
2012	50	57	42	70	65	42	39	56
2013	48	54	41	70	53	40	39	67
Mittelwert	49	56	40	71	60	41	40	56

Basis: Panelstudien (Spieler).

Quelle: GameStat 2011 bis 2013.

**Tägliche Spieldauer  
im Durchschnitt bei  
rund 50 Minuten****Umfang und Formen der Nutzung**

Digitale Spiele stehen im Verdacht, besonders hohe Nutzungszeiten nach sich zu ziehen, bis hin zu exzessiver Nutzung (21) oder gar einer Spielsucht (22). Allerdings zeigt ein Blick auf die Tagesnutzung, dass diese Annahmen für die große Masse der Nutzer unbegründet sind. In der Panelstudie (23) wurden Spieler seit 2011 jährlich befragt, und deren Nutzungsdauer beläuft sich im Dreijahresschnitt auf knapp 50 Minuten pro Tag. Bei den männlichen Spielern liegt das tägliche Volumen mit 56 Minuten etwas höher, während es bei den Spielerinnen gut 40 Minuten beträgt. Im Zeitverlauf weisen die für die Männer erhobenen Daten einen minimalen Rückgang der Nutzungsdauer aus, wohingegen die der Frauen im Vergleich zu 2011 zunahm. Die Veränderungen sind aber auch hier minimal, so dass auch diese Ergebnisse vor allem die hohe Stabilität der Nutzung unterstreichen (vgl. Tabelle 3).

**Steigende  
Nutzungsdauer  
bei älteren Spielern**

Auch der Vergleich der Altersgruppen zeigt ein ähnliches Bild: Die Nutzung bleibt innerhalb der Altersgruppen über die Jahre weitgehend stabil. In einzelnen Gruppen gibt es zwar Schwankungen zwischen den Erhebungsjahren (z. B. eine Abnahme in der Gruppe der 18- bis 29-Jährigen von 2012 auf 2013), doch kaum klare Trends. Am auffälligsten ist die Gruppe der ältesten Nutzer (ab 65 Jahren) – hier ist eine deutliche Zunahme seit 2011 zu erkennen. Die Spieler im Rentenalter weisen somit über alle Erhebungsjahre eine höhere Nutzungsdauer als die Personen zwischen 30 und 64 Jahren auf. Dies hängt vermutlich damit zusammen, dass Personen im Rentenalter eher zu den Vielmediennutzern gehören, da größere freie Zeitkontingente zur Verfügung stehen. (24) Die Zunahme könnte man unterdessen als

Indikator dafür werten, dass sich das digitale Spielen bei der älteren Gruppe inzwischen als eine normale Form der Medienunterhaltung etabliert und somit auch zunehmend Zeit im Alltag einnimmt. Hier gilt es jedoch zu ergänzen, dass der Anteil der Nutzer in der Altersgruppe sehr niedrig ist. Insofern handelt es sich um eine Konsolidierung auf einem insgesamt immer noch bescheidenen Verbreitungslevel. Dennoch: Um sich mit dem Phänomen des Spielens in der Gruppe der „Silver-Gamer“ (25) intensiver auseinanderzusetzen, wären dezidierte Studien angezeigt, da sich hier interessante Verschiebungen beobachten lassen.

In den vergangenen GameStat-Publikationen (26) wurden neben Diffusion und Umfang der Nutzung auch verschiedene Spielformen – Solo-Spielen, verschiedene Arten des Onlinespiels sowie gemeinsames Spielen an einem Gerät – untersucht. Hier lässt sich, ebenso wie bei der Diffusion und der Nutzung, eine weitgehende Stabilität der Daten konstatieren. Die Spieler verändern ihr Verhalten kaum. Das Solo-Spielen ist über alle Erhebungsjahre hinweg quasi der Standardmodus der Nutzung – jeweils über 80 Prozent der Nutzer spielen (auch) allein an ihrem Computer oder ihrer Konsole (vgl. Tabelle 4). Das gemeinsame Spielen vor dem Gerät, zum Beispiel der Konsole im heimischen Wohnzimmer, ist ebenfalls mit jeweils über 50 Prozent sehr stabil. Eine deutliche Zunahme lässt sich beim Onlinespielen verzeichnen: 2010 gaben 42,2 Prozent der Spieler an,

**Solo-Spielen  
die häufigste  
Nutzungsform**

**Tab. 4 Nutzer unterschiedlicher Spielformen 2010 bis 2013**  
in %

	2010	2011	2012	2013
Anteil Nutzer digitaler Spiele*	24,0	25,2	24,2	24,2
davon spielen...**				
solo	80,8	83,7	84,5	88,4
solo online	30,7	31,4	33,1	28,6
gemeinsam online	38,5	38,8	41,7	43,2
gemeinsam an einem Gerät	55,3	57,1	52,7	53,5
sozial gesamt	68,6	68,5	66,1	64,9
online gesamt	42,2	48,8	54,4	51,5

Basis: \* Einzelstudien (alle Befragten); \*\* Einzelstudien (Spieler).

Quelle: GameStat 2010 bis 2013.

**Tab. 5 Präferenzen für Spielegenres 2011 und 2013**

Vergleich der Mittelwerte (Likertskala; 1= spiele ich „überhaupt nicht gerne“ bis 5= „sehr gerne“)

	2011	2013
Rollenspiele	2,4	2,3
Strategiespiele	3,4	3,1
Sportspiele und Rennspiele	2,5	2,5
Jump ,n Run	2,3	2,2
Ego-Shooter	2,0	1,9
Actionspiele	2,1	2,1
Simulationen	2,3	2,2
Adventures	2,4	2,4
Musik- und Partyspiele	2,2	2,0
Puzzle- und Rätselspiele	2,9	3,0

Basis: Panelstudien (Spieler).

Quelle: GameStat 2011 und 2013.

über das Internet zu spielen – 2013 sind es 51,5 Prozent (wenngleich der Höchststand im Jahr 2012 mit 54,4 % erreicht war).

Daten zur Spielnutzung auf mobilen Endgeräten wurden ebenfalls erhoben, jedoch nicht im Längsschnitt, sondern nur in der Panelstudie 2012. Hier wurde eine durchschnittliche Nutzungszeit von 21 Minuten pro Tag ermittelt. Allerdings nutzt ein Großteil der Befragten (62,9 %) keine mobilen Endgeräte für Spiele. Werden mobile Endgeräte zum Spielen herangezogen, so sind dies vor allem Smartphones (51,7 % der letzten Nutzungssituation), gefolgt von mobilen Konsolen bzw. Handhelds (26,3 %), sonstigen Handys (15,1 %) und Tablets (6,9 %).

#### Vorlieben für verschiedene Spielegenres weitgehend stabil

Ähnlich wie bei den bevorzugten Spielformen sieht es bei den Präferenzen der untersuchten Spieler für Spielegenres aus. Diese wurden im Rahmen der Panelstudie 2011 und 2013 erhoben

(27), und die Daten beider Erhebungszeiträume sind weitgehend stabil. Dies bedeutet, dass die Nutzer grosso modo einem festen Präferenzset folgen. Was man mag oder nicht mag, das ändert sich offenbar nicht innerhalb von zwei Jahren – und dies, obwohl es im genannten Zeitraum in der Branche zu deutlichen Veränderungen kam und sich auch die Angebote verändert haben.

Die bereits 2011 diskutierten Ergebnisse lassen sich somit in fast gleicher Form für das Erhebungsjahr 2013 zusammenfassen: Die viel diskutierten Ego-Shooter sind das insgesamt unbeliebteste Genre (im Jahr 2013 erreichen sie nur einen Mittelwert von 1,9 auf einer Skala von 1 = spiele ich „überhaupt nicht gerne“ bis 5 = „sehr gerne“) (vgl. Tabelle 5). Lediglich bei männlichen Jugendlichen und jungen Männern finden sie überhaupt Anklang (mit Skalenwerten klar jenseits der 2, das heißt oberhalb von „spiele ich nicht gerne“). Hier ist auch die Hauptkäufergruppe für diese Produkte zu vermuten. Dies spielt insofern eine Rolle, da in dieser besonders viele so genannte „Hardcore“-Spieler zu finden sind, die für solche Produkte besonders viel Geld ausgeben – was wiederum erklärt, dass Shooter immer noch im Markt erfolgreich sind, obwohl insgesamt nur wenige Spieler eine Präferenz für das Genre haben (die Ausgabenseite wird im nächsten Abschnitt diskutiert). Besonders beliebt sind auch 2013 hingegen Strategie- (Präferenz-Mittel: 3,1) sowie Puzzle- und Rätselspiele (Präferenz-Mittel: 3,0). Für letztere können sich insbesondere Spielerinnen begeistern (Präferenz-Mittel: 3,7). Zudem gilt: Je älter die Nutzer, desto beliebter sind Puzzle- und Rätselspiele (bei den Spielern im Rentenalter findet sich das höchste Präferenz-Mittel von 3,9).

#### Ausgaben für digitale Spiele

In den letzten Jahren haben sich die Vertriebs- und Geschäftsmodelle in der Branche deutlich verändert. Die Onlinedistribution und alternative Bezahlmodelle haben zu einer Diversifizierung geführt, die natürlich auch das Ziel hat, höhere Gewinne bei einer kaum wachsenden Spielerschaft zu erzielen. Die Entwicklung von Onlineportalen zum Vertrieb von digitalen Spielen sowie der Erfolg von Spielangeboten in sozialen Netzwerken (Social Games, also z.B. Facebook-Spiele) ist auch nicht folgenlos für traditionelle Medien geblieben – viele Medienhäuser bieten inzwischen selbst Spiele zu ihren Marken an und konkurrieren (oder kooperieren) direkt mit Spielefirmen.

In den beiden Panelwellen 2011 und 2013 wurden die Ausgaben der Nutzer für digitale Spiele erhoben. Diese Daten liefern Hinweise, ob die alternativen Vertriebs- und Bezahlmodelle zu höheren Ausgaben bei den Spielern geführt haben. Zudem lässt sich so auch die weiter oben genannte Vorstellung überprüfen, dass Männer bzw. junge Nutzer tatsächlich mehr Geld für das Spielen ausgeben (vgl. Tabelle 6).

#### Strategie- sowie Puzzle-/Rätselspiele beliebteste Genres

#### Diversifizierung der Bezahl- und Geschäftsmodelle

**Tab. 6 Ausgaben für digitale Spiele pro Monat**  
in Euro/Monat (gerundet auf 10 Cent)

	Gesamt	Männer	Frauen	14-17 J.	18-29 J.	30-49 J.	50-64 J.	ab 65 J.
2011	11,20	14,80	6,60	12,70	15,00	12,70	5,90	2,60
2013	9,90	13,70	5,30	10,80	15,50	9,70	5,20	4,60
Mittelwert	10,60	14,20	5,90	11,70	15,30	11,20	5,60	3,60

Basis: Panelstudien (Spieler).

Quelle: GameStat 2011 und 2013.

#### Männer geben mehr Geld für Spiele aus

Die Daten bestätigen zumindest die letztgenannte Annahme: Im Mittel der beiden Erhebungswellen geben die Nutzer digitaler Spiele pro Monat 10,60 Euro aus. Die Männer liegen mit 14,20 Euro deutlich darüber, die Frauen mit 5,90 Euro weit darunter. Daraus lässt sich indirekt auch ableiten, dass das Involvement in Bezug auf das Hobby digitale Spielen bei Männern wohl immer noch höher ist: Anteilig spielen immer noch mehr Männer – und wenn sie spielen, dann spielen sie länger und geben auch mehr Geld dafür aus.

#### Ausgaben für Computerspiele schwanken je nach Lebensphase

Bei den Altersgruppen zeigt sich ein etwas komplexeres Bild: Zwar sind die Ausgaben in den Gruppen ab 30 Jahren tatsächlich niedriger als in den beiden jüngeren Altersgruppen, doch geben die 18- bis 29-Jährigen im Schnitt mit 15,30 Euro deutlich mehr als die Jugendlichen (14-17 Jahre) mit 11,70 Euro aus. Eine Rolle spielt hier sicherlich die Zunahme an insgesamt verfügbaren Mitteln, welche insbesondere beim Berufseinstieg substantiell ist. Also ganz simpel: Wenn mehr Geld zur Verfügung steht, dann wird vermutlich auch mehr für digitale Spiele ausgegeben.

Dem widerspricht freilich die Abnahme von Ausgaben in den höheren Altersgruppen, obwohl der Verdienst bis zum Renteneintritt nochmals zunimmt. (28) Hier ist anzunehmen, dass in den späteren Lebensphasen vielfach Familiengründung und zunehmende berufliche Verantwortung bei gleichzeitig geringeren Zeitkontingenten als „dämpfende“ Faktoren auf das Hobby digitale Spielen und die entsprechenden Ausgaben wirken. Anders formuliert: Jenseits der Einkünfte spielen bei den Ausgaben bestimmte Lebensphasen eine Rolle, in denen das Gaming einen gesteigerten Stellenwert einnimmt – oder eben an Bedeutung verliert.

#### Ausgaben für Gaming insgesamt rückläufig

Interessant ist noch ein Blick auf die Ausgaben im Vergleich der Erhebungswellen, denn die Ausgaben der Spieler im Panel haben nicht zu- sondern abgenommen, und zwar von 11,20 Euro 2011 auf 9,90 Euro 2013. Über die Gründe lässt sich spekulieren: Möglicherweise ist dies eine Folge der ökonomisch schwierigen Rahmenbedingungen; vielleicht haben die Diversifizierungsstrategien aber auch viele Nutzer verunsichert oder Teile der Hardcorespieler verprellt; eventuell ist es eine Auswirkung der Free-to-Play-Strategie, auf die immer mehr Anbieter setzen. Abzuwarten ist hier, ob neue Produkte – insbesondere die Ende des Jahres erscheinenden „Next-Gen“-Konsolen Xbox

One und Playstation 4 – Impulse gegen diesen Trend setzen können. Denkbar wäre nämlich auch, dass viele Nutzer ihre Ausgaben in Erwartung eines nahen Generationswechsels der Hardware heruntergefahren haben. In diesem Fall wäre wieder eine deutliche Ausgabensteigerung ab 2014 zu erwarten.

#### Nutzungsvolumen

In jüngeren Zeiten hat sich die Aufmerksamkeit der Forschung von den Effekten gewalthaltiger Angebote etwas stärker auf potenzielle Abhängigkeitseffekte und Extremnutzung verschoben. Insbesondere Onlinespiele mit persistenten Spielwelten – hierzu zählen unter anderem Online-Rollenspiele – stehen im Verdacht, extrem hohe Nutzungszeiten zu evozieren. Zwar ist die Nutzungszeit von Computerspielen im Schnitt deutlich geringer als zum Beispiel die Fernsehnutzungszeit (29), doch wird eine besonders starke Bindekraft von Spielen für eine kleine Gruppe von Vielnutzern angenommen, bei denen mitunter sogar von einer Suchtgefahr gesprochen wird. (30) Bereits in der Querschnittsstudie 2011 wurden daher die Vielnutzer mit den Wenig- und den Nichtnutzern von digitalen Spielen verglichen. (31) Dabei zeigte sich nicht nur, dass die Gruppe der Vielnutzer sehr klein ist, sondern auch dass der Konsum bei dieser kleinen Gruppe zum Teil exzessive Formen annimmt. Das Fazit war hier: „Viele spielen wenig, doch wenige spielen viel – mitunter sogar sehr viel“ (32). Tatsächlich gaben einzelne Personen an, ihre gesamte zur Verfügung stehende freie Zeit mit dem Spielen zu verbringen. Bei den Vielnutzern lag dann auch die Nutzungsdauer im Schnitt bei rund viereinhalb Stunden, bei den restlichen Spielern gerade mal bei etwas mehr als einer halben Stunde. Allerdings zeigten sich über die verschiedenen soziodemografischen Gruppen hinweg auch klare Unterschiede in den Anteilen der Vielnutzer an den Spielern. Bei dieser Betrachtung aus einem einzelnen Studienjahr blieb unterdessen offen, ob es sich nur um eine Momentaufnahme handelt, oder ob – wie von Kritikern vielfach befürchtet – exzessive Nutzung immer weiter zunimmt.

#### Vielnutzer untersucht

### Anteil der Vielnutzer etwas zurückgegangen

Die Daten aus den drei Panelwellen 2011 bis 2013 lassen eher den gegenteiligen Schluss zu: Insgesamt ist der Anteil der Vielnutzer unter den Spielern von gut 6 Prozent im Jahr 2011 auf etwas weniger als 5 Prozent im Jahr 2013 leicht zurückgegangen (vgl. Tabelle 7). Der Rückgang ist vor allem bei den Männern zu verzeichnen, bei denen 2011 noch fast 8 Prozent zu den Vielspielern gehörten, im Jahr 2013 noch 5 Prozent. Bei den Frauen ist hingegen ein leichter Zuwachs zu beobachten.

Die genannte Entwicklung konterkariert also die Annahme einer Zunahme extremer Nutzung. Dafür kann es mehrere Gründe geben. Beispielsweise könnte die Erwartung einer neuen Konsolengeneration eine dämpfende Wirkung auf die Vielnutzung haben, aber auch der nachlassende Erfolg von Online-Rollenspielen, die sehr viel Zeit binden (wie z. B. das besonders populäre World of Warcraft, das bereits seit 2004 am Markt ist und letzthin immer mehr Nutzer verloren hat). Die leichte Zunahme der Vielnutzung bei den Spielerinnen könnte wiederum mit dem Erfolg von Spielen über soziale Netzwerke (Social Games) zusammenhängen, die insbesondere bei den Frauen großen Anklang finden. Freilich gilt es hier zu ergänzen, dass die Veränderungen im Zeitverlauf gerade bei den Frauen eher gering ausfallen.

### Überdurchschnittlicher Anteil an Vielnutzern unter Jugendlichen

Bei den unterschiedlichen Altersgruppen zeigen sich meistens nur geringe Verschiebungen. Bei der Gruppe der jugendlichen Nutzer kam es zu einem leichten Zuwachs der Vielnutzer auf gut 13 Prozent im Jahr 2013 – was ein Wert ist, der angesichts der gebundenen Zeitkontingente bedenklich stimmen sollte. In einer für die persönliche und berufliche Zukunft besonders relevanten Phase ist eine intensive Vielnutzung wenig hilfreich. Da Jugendliche entgegen populärer Annahmen nicht unbedingt zu den Vielnutzern anderer Medien gehören, ist dieser hohe Anteil auch aus der generellen Mediennutzungssicht auffällig.

Anders sieht es bei den meisten anderen Gruppen aus: Bei den 18- bis 29-Jährigen kam es zu einem deutlichen Rückgang der Vielnutzung, in den beiden Altersgruppen von 30 bis 64 Jahren zu einem etwas geringeren Rückgang. Komplette gegen diesen Trend verhält sich die Spielergruppe im Rentenalter: Hier hat der Anteil der Vielnutzer von 2011 von knapp 5 Prozent auf über 10 Prozent im Jahr 2013 zugenommen. Dieses Ergebnis steht im Einklang mit der zuvor diskutierten generellen Zunahme der Nutzungszeit in dieser Gruppe. Wie bereits erwähnt, gehören Personen im Rentenalter bei anderen Medien durchaus zur Vielnutzergruppe, insofern überrascht die Entwicklung vielleicht nur auf Basis der üblichen Klischees bezüglich digitalen Spielens, nicht aber auf Basis der Erkenntnisse aus Studien zur traditionellen Mediennutzung.

Trotz dieser einzelnen Verschiebungen ist der Anteil der Vielnutzer weitgehend stabil geblieben. Der Rückgang von rund 1 Prozent in der Gesamtgruppe der Spieler ist eher als marginal zu bewerten. Jedoch kann diese vorgebliche Stabilität der Daten täuschen: Denn obwohl der Anteil im Aggregat fast gleich bleibt, kann es natürlich zu deutlichen Verschiebungen der Nutzung auf der Individualebene kommen. Um einem ökologischen Fehlschluss vorzubeugen, wurden in der Auswertung daher auch die individuellen Veränderungen betrachtet.

So wurde im Rahmen der Panelstudie pro Person überprüft, ob ein Spieler sein Hobby aufgegeben hat und zum Nichtspieler geworden ist. Ebenso wurde bei den Nichtspielern in der Gesamtstichprobe überprüft, ob diese angefangen haben zu spielen. Zudem wurde im Zeitverlauf untersucht, ob Normalspieler durch eine stark zunehmende Nutzung zu Vielspielern wurden oder umgekehrt eine Phase exzessiver Nutzung beendet wird und Vielspieler zu Normalspielern wurden (vgl. Tabelle 8).

Die Auswertungen der Individualdaten belegen, dass die bereits diskutierte Stabilität auch in Bezug auf das Verhalten der Einzelnen zu konstatieren ist. Beim weit überwiegenden Teil der Befragten sind keine Umbrüche in Bezug auf das Spielverhalten zu beobachten: Sowohl zwischen 2011 und 2012 als auch zwischen 2012 und 2013 gab es bei jeweils über 90 Prozent der Befragten keine Veränderungen. Gut 4 Prozent haben zwischen den Erhebungsphasen aufgehört, Computerspiele zu spielen, umgekehrt haben gut 3 Prozent mit dem Spielen angefangen. Diese Bewegungen wiegen sich weitgehend auf, zumal auch Wechsel vom Spieler zum Nichtspieler und zurück möglich sind, d.h. es kann sich zum Teil um dieselben Personen handeln, die in einem Jahr aufhören oder anfangen, dafür wiederum im nächsten anfangen bzw. aufhören.

Ein ähnliches Bild zeigt sich bei den Bewegungen innerhalb der Gruppe der Spieler: Die allermeisten Befragten weisen ein stabiles Nutzungsmuster auf; dies trifft im Durchschnitt der einzelnen Panelstudien auf rund 95 Prozent zu. Das ist insofern nicht verwunderlich, da die Zahl der Vielnutzer insgesamt nur zwischen 5 und 6 Prozent schwankt, insofern sind hier auch keine massiven Veränderungen im Verhältnis zur Gesamtgruppe der Spieler zu erwarten. Tatsächlich nahm bei jeweils rund 3 Prozent die Nutzung zwischen den Jahren so ab, dass sie vom Vielspieler in die Kategorie des Normalspielers wechselten. Die umgekehrte Bewegung wiegt auch hier die Veränderungen weitgehend auf: Im Schnitt gut 2 Prozent haben ihr Nutzungsverhalten so verändert, dass sie vom Normalspieler zum Vielspieler wurden. Bezogen auf die sowieso kleine Gruppe der Vielspieler sind das durchaus beachtliche Anteile. Allerdings gilt hier zu bedenken, dass die Daten bei niedrigen, einstelligen Prozentzahlen – trotz der Größe des Panels – auf vergleichsweise wenigen

### Nutzungsvolumina bleiben im Zeitverlauf stabil

**Tab. 7 Intensivnutzer digitaler Spiele**

Anteile in %

	Gesamt	Männer	Frauen	14-17 J.	18-29 J.	30-49 J.	50-64 J.	ab 65 J.
2011	6,1	7,7	4,1	11,2	9,3	4,2	4,6	4,8
2012	6,0	6,7	5,0	10,5	8,0	4,3	3,3	9,3
2013	4,8	5,0	4,6	13,2	3,6	3,5	2,7	10,3
Mittelwert	5,6	6,5	4,6	11,6	7,0	4,0	3,5	8,1

Basis: Panelstudien (Spieler).

Quelle: GameStat 2011 bis 2013.

**Tab. 8 Wechsel der Spielintensität im Vergleich zum Vorjahr**

in %

	keine Veränderung	vom Spieler zum Nichtspieler	vom Nichtspieler zum Spieler
2011-2012	91,4	4,9	3,7
2012-2013	93,2	3,8	3,0
Mittelwert	92,3	4,4	3,4

Basis Panelstudien (alle Befragten): 2011-2012: n=2 456 Personen, die in beiden Jahren befragt wurden; 2012-2013: n=1 004 Personen, die in beiden Jahren befragt wurden.

	keine Veränderung	vom Vielspieler zum Normalspieler	vom Normalspieler zum Vielspieler
2011-2012	93,5	3,4	3,1
2012-2013	95,6	2,9	1,6
Mittelwert	94,6	3,2	2,4

Basis Panelstudien (Spieler): 2011-2012: n=2 077 Spieler, die in beiden Jahren befragt wurden; 2012-2013: n=876 Spieler, die in beiden Jahren befragt wurden.

Quelle: GameStat 2011 bis 2013.

Fällen beruhen. Man kann die Daten mit Vorsicht dahingehend interpretieren, dass Vielnutzung einerseits eher selten ist, andererseits aber auch kein absolut festgefügtes Verhaltensmuster darstellt – auf der Individualebene gibt es offenbar durchaus Veränderungen. Dies spricht dafür, dass exzessive Nutzung bei einigen Spielern phasenweise auftritt, sich aber auch wieder zurückbildet, beispielsweise weil man einen Titel mit hohem Zeiteinsatz „durchspielt“, dann aber die Nutzung stark zurückfährt (33). Deutlich wird aber auch: Von einer unausgewogenen Zunahme der Nutzung kann nicht die Rede sein, ein Trend zur exzessiven Nutzung zeichnet sich im Zeitraum 2011 bis 2013 nicht ab.

#### Keine Substitution anderer Medien durch digitale Spiele

Von besonderem Interesse ist bei digitalen Spielen natürlich nicht nur das „medienimmanente“ Verhalten, sondern auch der Einfluss auf die Rezeption anderer Medien. Eine plausible Annahme wäre, dass die Nutzung digitaler Spiele zu einer Substitution anderer (Unterhaltungs-)Medien führt, denn wenn größere Zeitkontingente für das Spielen verwendet werden, fehlen sie möglicherweise für andere Medienangebote.

Allerdings weisen die Ergebnisse der Panelstudie in eine andere Richtung: Über alle Untersuchungsjahre hinweg zeigt sich, dass bei den Spielern keine generell eingeschränkte Nutzung traditioneller Medien (im Verhältnis zu den Nichtspielern) zu beobachten ist. Im Gegenteil: Die

Nutzungszeiten einzelner Medien liegen bei den Spielern über jenen der Nichtnutzer, bei den Vielspielern sogar weit darüber (vgl. Tabelle 9).

Auffällig ist dies vor allem bei der Internetnutzung: Normalspieler sind deutlich länger online als Nichtnutzer, und Vielnutzer weisen über alle Untersuchungsjahre sogar eine massiv gesteigerte Onlinenutzung auf. (34) Dies erklärt sich insbesondere dadurch, dass die Internetnutzung beim digitalen Spielen inhaltlich wie technisch nahe liegt. Da viele Spieler heutzutage auch online spielen, ist eine höhere Nutzungszeit des Internets auch von dieser Warte aus kaum überraschend. Dies erklärt auch die nochmals deutlichen Unterschiede zwischen Normal- und Vielspielern.

Bei der Fernsehnutzung liegen die Nichtnutzer und die Nutzer im Panel in weitgehend ähnlichen Regionen, während die Vielnutzer durchgängig höhere Werte erzielen. Dies bestätigt Annahmen, dass Teile der Vielnutzer auch bei anderen Unterhaltungsmedien zu exzessiver Nutzung neigen. (35) Anders sieht es bei den Printangeboten aus: Hier liegen die Nichtnutzer im Dreijahresschnitt leicht vor den Normal- und Vielnutzern. Allerdings gilt es zu ergänzen, dass die Spieler insgesamt eine eher jüngere, eher männliche Gruppe sind, das heißt, ein gewisser Teil der Unterschiede in

**Tab. 9 Tägliche Mediennutzungsdauer von Nicht-, Normal- und Vielnutzern digitaler Spiele in Min./Tag**

	2011 Nichtnutzer	Normalnutzer	Vielnutzer	2012 Nichtnutzer	Normalnutzer	Vielnutzer	2013 Nichtnutzer	Normalnutzer	Vielnutzer
Internetnutzung	72	95	235	65	94	258	54	105	184
Fernsehnutzung	126	138	172	140	133	175	148	138	154
Zeitungs-/Zeitschriftennutzung	44	44	47	58	39	49	51	40	38

Basis Panelstudien (alle Befragten).

Quelle: GameStat 2011 bis 2013.

der Mediennutzung ist durch soziodemografische Faktoren und nicht durch das Spielen bedingt.

Festhalten lässt sich aber auf jeden Fall, dass die vermuteten großen Substitutionseffekte durch digitales Spielen auch im Dreijahresvergleich nicht zu erkennen sind. Hier zeigt sich, dass die Mediennutzungszeit offenbar immer noch in gewissem Rahmen Reserven bietet und mit anderen Tätigkeiten vereinbar ist.

**Fazit**

Die hier vorgestellten Daten der repräsentativen GameStat-Studien aus vier Jahren sowie dem Dreijahrespanel zeigen, dass digitales Spielen in Deutschland inzwischen eine etablierte und weitgehend stabile Form medialer Unterhaltung ist. Trotz einer Krise der Branche im Jahre 2012 und einer rasanten Veränderung der Vertriebsmodelle, Bezahlssysteme, Endgeräte und Anbieterformationen bleibt der Nutzerzuspruch stabil: Etwa ein Viertel der Bevölkerung ab 14 Jahren gehört zu den Gamern, und deren tägliche Nutzungsdauer hat sich im Mehrjahresvergleich kaum verändert. Die Analysen belegen zudem, dass sich die genutzten Spielformen und Genrepräferenzen nur in geringem Umfang verschieben. Auch hier zeigt sich Stabilität trotz andauerndem Wandel auf Anbieter- und Angebotsseite.

**GameStat-Studien belegen Etablierung digitalen Spielens als Unterhaltungsform**

**Gaming in allen Bevölkerungsgruppen verbreitet – besondere Entwicklung bei „Silver-Gamern“**

Stereotypen Vorstellungen vom Spieler müssen auf Basis der Auswertungen eine Absage erteilt werden: So sind beispielsweise die Anteile weiblicher Spieler auch im Mehrjahresvergleich respektabel, und digitale Spiele gehören schon lange nicht mehr allein zum Medienrepertoire Minderjähriger. Interessant sind in diesem Zusammenhang auch Auffälligkeiten in der Gruppe von Spielern im Rentenalter. Diese „Silver-Gamer“ spielen der Studie zufolge länger als die etwas jüngeren Nutzergruppen. Möglicherweise korrespondiert dies mit Studienergebnissen aus der Forschung zu traditionellen Medien: So ist im Hinblick auf die Fernsehnutzung bekannt, dass hier die Älteren und Ältesten eher zu den Vielnutzern gehören.

Die Vergleiche über einen längeren Zeitraum zeigen zudem, dass die Diversifizierung der Bezahlssysteme und Geschäftsmodelle nicht zu erhöhten Ausgaben der befragten Spieler geführt hat. Generell konnte im Untersuchungszeitraum auch keine Zunahme potenziell problematischer Vielnutzung festgestellt werden. Im Durchschnitt sind nur geringe Veränderungen zu beobachten. Auf der Individualebene zeigt sich zudem, dass exzessive Nutzung nicht zwingend ein Dauerzustand sein muss: Ein Teil der Vielnutzer reduziert den Konsum nach einer gewissen Zeit. Umgekehrt kann die Nutzung individuell auch im Zeitverlauf ansteigen. Es gilt hier aber hervorzuheben, dass bei dem weit überwiegenden Teil der Befragten keine größeren Veränderungen auftreten. Weiterhin beobachtet werden muss allerdings ein vergleichsweise hoher Anteil von Vielnutzern bei den Jugendlichen. Dieser kann im Hinblick auf die notwendigen Entwicklungsaufgaben in dieser Lebensphase durchaus bedenklich stimmen.

**Nutzungsmuster und Ausgaben für Gaming weitgehend stabil**

Entwarnung kann unterdessen für die traditionellen Medien gegeben werden: Digitale Spiele müssen für sie nicht zwingend eine Bedrohung darstellen. Das Zeitbudget der Nutzer scheint doch nicht so begrenzt zu sein, dass es zu direkten Substitutionseffekten kommt. Tatsächlich konnte bei den Nutzern digitaler Spiele sogar eine teilweise erhöhte Nutzung traditioneller (Unterhaltungs-) Medien festgestellt werden.

**Keine Substitutionseffekte auf andere Mediengattungen**

Da traditionelle Medienanbieter inzwischen vermehrt mit der Spieleindustrie zusammenarbeiten und umgekehrt diese ihre Marken in andere Medien transferieren, ist mit einer (noch) stärkeren Verzahnung im Rahmen crossmedialer Strategien zu rechnen. Man muss also kaum spekulieren, wenn man festhält, dass mit weiteren Veränderungen im Bereich digitaler Spiele zu rechnen ist – Veränderungen, welche auch die traditionellen Medien berühren werden.

**Verzahnung mit traditionellen Medien erwartet**

Die Nutzung, so legen die hier vorgestellten Daten nahe, bleibt trotz dieses fortgesetzten Wandels sehr stabil. Impulse können natürlich durch die neue Konsolengeneration oder durch innovative Angebote entstehen, ebenso wie die anhaltende Finanzkrise dämpfend wirken kann. Dennoch: Die Vorstellung, dass der Erfolg digitaler Spiele nur ein vorübergehender Hype ist, kann angesichts

**Impulse durch technische Innovationen**



der stabilen Nutzungsdaten endgültig ad acta gelegt werden.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Quandt, Thorsten/Ruth Festl/Michael Scharnow: Digitales Spielen – Medienunterhaltung im Mainstream. GameStat 2011: Repräsentativbefragung zum Computer- und Konsolenspielen in Deutschland. In: Media Perspektiven 9/2011, S. 414–422.
- 2) Vgl. Pototzki, Tim: BIU sagt 3,5 Prozent Wachstum für 2013 voraus. In: GamesMarkt, 17/2013, S. 14–15.
- 3) Diese Vergleiche sind jedoch nicht unumstritten, da hier nicht die gesamte Wertschöpfungskette betrachtet wird, sondern einzelne Kennwerte (wie Box-Office-Verkäufe) herangezogen werden. Vgl. Kerr, Aphra: The business of making digital games. In: Jason Rutter/Jo Bryce (Hrsg.): Understanding digital games. London 2006, S. 36–57; Dovey, Jon/Helen W Kennedy: Games cultures: Computer games as new media. Maidenhead 2006.
- 4) Vgl. Kröger, Sonja/Emese Domahidi/Thorsten Quandt: Go for games! Career networks in an emerging media industry. In: Creative Industries Journal, 6, 2/2013 (im Erscheinen).
- 5) Teilweise haben größere Publisher und Developer hierfür eigene Abteilungen oder Tochterfirmen gegründet. Ein prominentes Beispiel ist zum Beispiel Ubisoft Motion Pictures, ein 2011 gegründeter Kinofilm-Ableger der französischen Spiele-Schmiede Ubisoft. Diese arbeitet mit Hollywood-Studios an der Verfilmung von Franchises wie zum Beispiel Splinter Cell, Assassins Creed oder Watchdogs.
- 6) Vgl. Quandt u. a. (Anm. 1); Quandt, Thorsten/Michael Scharnow/Ruth Festl: Digitales Spielen als mediale Unterhaltung: Eine Repräsentativstudie zur Nutzung von Computer- und Videospielen in Deutschland. In: Media Perspektiven 11/2010, S. 515–522; Fritz, Jürgen/Claudia Lampert/Jan-Hinrik Schmidt/Tanja Witting (Hrsg.): Kompetenzen und exzessive Nutzung bei Computerspielern: Gefordert, gefördert, gefährdet. Berlin 2011.
- 7) Vgl. Griffiths, Mark D./Mark N. O. Davies/Darren Chappell: Breaking the stereotype: The case of online gaming. In: CyberPsychology & Behavior 6, 1/2003, S. 81–91.
- 8) Vgl. Anm. 6.
- 9) Vgl. Quandt, Thorsten/Vivian Chen/Frans Mäyrä/Jan Van Looy: (Multiplayer) Gaming around the globe? A comparison of gamer surveys in four countries. In: Quandt, Thorsten/Sonja Kröger (Hrsg.): Multiplayer. The social aspects of digital gaming. London 2014, S. 23–46.
- 10) Vgl. Wilke, Niklas: Gute Aussichten für die Branche in Deutschland. In: GamesMarkt, 17/2013, S. 18–19; GamesMarkt.de: Deutscher Gamesmarkt schrumpft 2012 um sieben Prozent (<http://www.mediabiz.de/games/news/deutscher-gamesmarkt-schrumpft-2012-um-sieben-prozent/329913>; 25.3.2013)
- 11) Vgl. Hesse, Harald: Starker EH stärkt Branche. Interview mit BIU-Geschäftsführer Dr. Maximilian Schenk. In: GamesMarkt, 17/2013, S. 16.
- 12) Als Free-to-Play werden Spiele bezeichnet, für die zunächst kein Kaufpreis entrichtet werden muss. Die Refinanzierung erfolgt dann über andere Wege, zum Beispiel Werbung im Spiel oder auch sogenanntes Micro-Payment. Bei letztgenanntem Konzept können Spieler zusätzliche Ausstattungsgegenstände oder Eigenschaften der Spielfigur bzw. des Spiels gegen Zahlung kleinerer Summen erwerben (während das Basisspiel kostenfrei ist). Diese Refinanzierungsform ist umstritten, da Firmen teilweise die Schwierigkeit ab einem bestimmten Zeitpunkt des Spielverlaufs so erhöhen, dass ohne Zusatzkäufe das Spiel nicht oder nur mit erheblichem Zeitaufwand zu meistern ist. Diese Variante – das so genannte ‚pay to win‘ – stößt bei vielen Spielern auf Ablehnung. Kritiker werfen dem Free-to-Play-Konzept zudem vor, dass die Spieler durch den fehlenden Kaufpreis für das Basisangebot in Spiele gelockt werden, deren tatsächliche Kosten erst im späteren Verlauf der Nutzung deutlich werden und vom Spieler mitunter nicht mehr vollständig kontrolliert werden können.
- 13) Ausnahmen sind u. a. die Studien Hopf, Werner H./Günter L. Huber/Rudolf H. Weiß: Media violence and youth violence. A 2-year longitudinal study. In: Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications 20, 3/2008, S. 79–96; Möller, Ingrid/Barbara Krahé: Exposure to violent video games and aggression in German adolescents: a longitudinal analysis. In: Aggressive Behavior 34, 1/2008, S. 1–14 sowie Von Salisch, Maria/Jens Vogelgesang/Astrid Kristen/Caroline Oppl: Preference for Violent Electronic Games and Aggressive Behavior among Children: The Beginning of the Downward Spiral? In: Media Psychology 14, 3/2011, S. 233–258.
- 14) Vgl. Quandt u. a. (Anm. 1), S. 414; Ladas, Manuel: Brutale Spiele(r)? Eine Befragung von 2 141 Computerspielern zu Wirkung und Nutzung von Gewalt. In: Rötzer, Florian (Hrsg.): Virtuelle Welten – reale Gewalt. Hannover 2003, S. 26–35; sowie Frindte, Wolfgang/Irmgard Obwexer: Ego-Shooter – Gewalttätige Computerspiele und aggressive Neigungen. In: Zeitschrift für Medienpsychologie 14, 4/2003, S. 140–148.
- 15) Vgl. Festl, Ruth/Michael Scharnow/Thorsten Quandt: Problematic computer game use among adolescents, younger and older adults. In: Addiction 108, 3/2013, S. 592–599; Fritz, Jürgen/Tanja Witting: Suche, Sog, Sucht: Was Online-Gaming problematisch machen kann. In: Batthyány, Dominik/Alfred Pritz (Hrsg.): Rausch ohne Drogen: Substanzungebundene Süchte. Wien 2009, S. 309–323; Hardt, Jürgen/Uta Cramer-Düncher/Matthias Ochs (Hrsg.): Verloren in virtuellen Welten: Computerspielsucht im Spannungsfeld von Psychotherapie und Pädagogik. Göttingen 2009.
- 16) Vgl. Lampert, Claudia/Christiane Schwinge/Daniel Tolks: Der gespielte Ernst des Lebens: Bestandsaufnahme und Potenziale von Serious Games (for Health). In: Medienpädagogik. Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung, Themenheft 15/16: Computerspiele und Videogames in formellen und informellen Bildungskontexten (<http://www.medienpaed.com/15/lampert0903.pdf>; 15.10.2013); Fromme, Johannes/Ralf Biermann / Alexander Unger: „Serious Games“ oder „Taking games seriously“? In: Hugger, Kai-Uwe/Markus Walber (Hrsg.): Digitale Lernwelten. Konzepte, Beispiele und Perspektiven. Wiesbaden 2010, S. 39–57; Breuer, Johannes/Gary Bente: Why so serious? On the relation of serious games and learning. In: Ludamos. Journal for Computer Game Culture 4, 1/2010, S. 7–24.
- 17) Die Studien sind Teil des ERC-Projekts „The social foundations of online gaming“ (SOFOGA). Das Projekt wird im Rahmen des Siebten Rahmenprogramms der EU (FP7/2007-2013) mit der Projektnummer 240864 (SOFOGA) gefördert.
- 18) Die CATI-Befragung (Computer Assisted Telephone Interviews) wurden durch das Marktforschungsinstitut forsa durchgeführt.
- 19) Vgl. Quandt u. a. (Anm. 1).
- 20) Die Daten aus den repräsentativen Einzelstudien sind stets ungewichtet und basieren auf einer Zufallsauswahl. Die Paneldaten wurden zum einen entlang der in den Einzelstudien erhobenen Spielformen gewichtet (da diejenigen, die gemeinsam mit anderen spielen, aufgrund des Schwerpunkts des Projekts im Bereich des sozialen Spielens zu einem größeren Anteil rekrutiert wurden als in den bevölkerungsrepräsentativen Umfragen ausgewiesen), zum anderen auf Basis der Altersgruppen, da es in der zweiten und dritten Welle höhere Ausfallquoten in den jüngeren Altersgruppen gab. In den Erhebungswellen 2 und 3 wurden zudem 14-Jährige nachrekrutiert, um die durch die Panelalterung entstehende Lücke bei den jüngsten Befragten zu schließen. Da diese nicht nach Spielformen quotiert rekrutiert wurden, wurden die Daten dieser Befragten nur nach der Altersgruppe gewichtet.

- 21) Vgl. Domahidi, Emese/Thorsten Quandt: Living in a virtual world? An excessive gamer typology. In: Quandt, Thorsten/Sonja Kröger (Hrsg.): *Multiplayer. The social aspects of digital gaming*. London 2014, S. 204–214.
- 22) Vgl. Anm. 15.
- 23) Die Stichprobe basiert auf einer Zufallsauswahl aus der repräsentativen Einzelstudie E1. Vgl. hierzu Anm. 20.
- 24) Vgl. Quandt u. a. (Anm. 1).
- 25) Vgl. Quandt, Thorsten/Helmut Grüninger/Jeffrey Wimmer: The grey haired gaming generation: Findings from an explorative interview study on older computer gamers. In: *Games and Culture* 4, 1/2009, S. 27–46.
- 26) Vgl. Quandt u. a. (Anm. 1) und Quandt u. a. (Anm. 6).
- 27) Vgl. Quandt u. a. (Anm. 1), S. 417, für eine ausführliche Diskussion der Genrepräferenzen.
- 28) Vgl. hierzu die Angaben des Statistischen Bundesamts (<https://www.destatis.de>; 15.10.2013).
- 29) Vgl. Zubayr, Camille/Heinz Gerhard: Tendenzen im Zuschauerverhalten: Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2012. In: *Media Perspektiven*, 3/2013, S. 130–142.
- 30) Vgl. Festl u. a. (Anm. 15).
- 31) Ausgehend von theoretischen Überlegungen und der Literaturlage wurde ein Schwellenwert von drei Stunden angelegt. Vgl. hierzu ausführlicher Quandt u. a. (Anm. 1).
- 32) Ebd., S. 418.
- 33) Vgl. Domahidi u. a. (Anm. 21).
- 34) Bemerkenswert ist zudem ein deutlicher Unterschied der Nutzungsdaten der Vielspieler zwischen 2012 und 2013. Dieser ist in Teilen darauf zurückzuführen, dass für 2013 nur noch Daten weniger Dutzend Vielnutzer vorlagen, deren Angaben zur Mediennutzung darüber hinaus besonders uneinheitlich und teilweise extrem ausfielen. Insofern sind die Mediennutzungsdaten der Vielnutzer für 2013 mit Vorsicht zu interpretieren. Zudem gilt zu ergänzen, dass das Panel zwar auf einer Zufallsauswahl (im Jahr 2011) aus der Spielerschaft und einem zusätzlichen Nichtspieleranteil basiert, jedoch einer für Telefonstudien üblichen Panelmortalität unterliegt, die gegebenenfalls zu Verschiebungen in der Zusammensetzung führt (trotz der weiter oben beschriebenen Nachrekrutierung 14-Jähriger und der Nutzung von Fallgewichten).
- 35) Vgl. Domahidi u. a. (Anm. 21).

