



# Digitale Spiele

## Spielermarkt

**Digitale Spiele zählen zu den Medienbereichen**, die sich in den letzten Jahren am dynamischsten entwickelt haben. Dadurch sind sie mittlerweile ein Milliardenmarkt. In Deutschland lag der Umsatz mit digitalen Spielen im Jahr 2022 bei rund 10 Milliarden Euro. Der Großteil davon waren einmalige Käufe, Abonnements sowie In-Game- und In-App-Käufe. <sup>[1]</sup>

## Spielerinnen und Spieler

**Die Zielgruppe der Spielerinnen und Spieler** ist dabei sehr heterogen. Die Geschlechterverteilung von Spielenden in Deutschland lag 2022 bei 48 % Frauen und 52 % Männern. Zudem machen die über 50-Jährigen 29 % der Spielerinnen und Spieler aus und heben das Durchschnittsalter deutscher Spielerinnen und Spieler auf 37,6 Jahre. Dabei spielen unterschiedliche Alters- und Geschlechtergruppen auch sehr unterschiedliche Arten von Spielen. Nach wie vor ist dabei das Smartphone das beliebteste Spielgerät der Deutschen. <sup>[2]</sup>

## Faszination

**Digitale Spiele** üben auf Spielerinnen und Spieler oftmals eine besondere Faszination aus. Folgende Aspekte sind dabei von Bedeutung:

- **Interaktion und Reaktion:** Spielerinnen und Spieler müssen aktiv und häufig schnell auf das Spielerleben reagieren und erfahren sofort eine positive oder negative Rückmeldung auf ihr Handeln.
- **Reizdichte und Konzentration:** Spielerinnen und Spieler werden meist mit vielen spielerischen Herausforderungen konfrontiert und müssen sich stark auf das Spielgeschehen konzentrieren.
- **Wettbewerb und Kontrolle:** Spiele bieten einen Wettbewerb mit Aussicht auf Erfolg und erzeugen das Gefühl, die Spielwelt kontrollieren zu können.
- **Rollenwechsel und Anerkennung:** Spielerinnen und Spieler schlüpfen in die Rolle einer Spielfigur und werden für ihre Handlungen belohnt.
- **Storyline und Dramaturgie:** Digitale Spiele erzählen durch Text oder Videosequenzen für die Spielerinnen und Spieler spannende Geschichten (z. B. Fantasy, Action).
- **Soziale Aspekte:** Spielerinnen und Spieler können gemeinsam mit anderen spielen, z. B. mit Freundinnen und Freunden, aber auch mit Fremden.

## Spielverhalten

**An welchen Stellen** und wie sich das Spielen im Alltag von Kindern und Jugendlichen integriert, hängt stark von den Strukturen des jeweiligen Spiels ab. Manche lassen sich schnell zwischendurch, etwa an der Bushaltestelle oder in einer kurzen Pause, spielen. Andere fordern mehr Engagement und Teamwork. Diese sozialen Aspekte in Multi-

player-Spielen (Spiele, die mit mehreren Spielerinnen und Spielern gleichzeitig und zeitgleich gespielt werden) können unter Umständen starke Anreize darstellen, (zu) viel Zeit mit dem Spielen zu verbringen. Gleiches gilt für persistente Spielwelten, die online rund um die Uhr weiterlaufen und zugänglich sind und jederzeit Spielmöglichkeiten mit Spielerinnen und Spielern aus der ganzen Welt eröffnen. Bei diesen Spielen läuft das Spielgeschehen auch weiter, wenn die Spielerin oder der Spieler gerade nicht anwesend ist. Auch dies verleitet zu übermäßigem Konsum. Gerade Kinder und Jugendliche können so leicht in Spielen die Zeit vergessen.

### **Spieldauer**

**Digitale Spiele** sind bei einem Großteil der Kinder und Jugendlichen fester Bestandteil des Medienalltags. Nur 6 % der 12- bis 19-Jährigen spielen keine digitalen Spiele.<sup>[3]</sup> Vor allem bei Jungen sind digitale Spiele sehr beliebt: 84 % der 12- bis 19-Jährigen spielen täglich bzw. mehrmals die Woche – bei den Mädchen sind es 68 % in dieser Altersgruppe. Die durchschnittliche Spieldauer der 12- bis 19-Jährigen, bezogen auf alle Spielmöglichkeiten (Computer-, Konsolen-, Online-, Tablet- und Smartphone-Spiele), beträgt nach eigener Schätzung unter der Woche 109 Minuten pro Tag, am Wochenende etwas mehr. Jungen spielen dabei mit 130 Minuten werktags deutlich mehr als Mädchen mit 87 Minuten.<sup>[4]</sup> Gerade bei der Spieldauer kann es zu Konflikten zwischen Kindern und Jugendlichen und ihren Eltern kommen.

### **Exzessives Spielen**

**Um von exzessivem Spielen** zu sprechen, reicht eine Betrachtung der bloßen Nutzungszeit nicht aus. Wird z. B. ein neues Spiel ein paar Wochen intensiv genutzt, kann noch nicht von exzessivem Spielverhalten gesprochen werden. Wenn aber ein länger anhaltendes hohes zeitliches Ausmaß des digitalen Spielens und andere Probleme zusammen auftreten, z. B. Schulleistungen nachlassen, andere Freizeitaktivitäten komplett durch das digitale Spiele verdrängt werden, Freundschaften vernachlässigt werden oder seelische und körperliche Veränderungen auftreten, liegt ein problematischer Konsum vor und ein Eingreifen der Eltern ist notwendig.<sup>[5]</sup>

### **Konvergente Medienwelt**

**Digitale Spiele stehen in der Regel** nicht isoliert neben anderen Medienbereichen, sondern sind sehr stark mit diesen verknüpft. Auch Social-Media-Angebote bieten zum Thema digitale Spiele viele Informationen, Orientierung und Ausdrucksmöglichkeiten. Man spricht bezüglich der Verknüpfung und Verschränkung von verschiedenen Medienbereichen von Konvergenz. Solche Konvergenzphänomene drücken sich z. B. in der Verfilmung von digitalen Spielen aus oder der Verknüpfung von Spielen mit Community-Angeboten bzw. Social-Media-Profilen, um das Vorankommen im Spiel und Spielerlebnisse dem Freundesnetzwerk zu kommunizieren. Teilweise kann auch der Social-Media-Account zur Anmeldung bei anmeldepflichtigen Online-Spielen genutzt werden.

### **Let's Play Videos**

**Ein beliebtes Phänomen der letzten Jahre sind Let's Play Videos** (von engl. „Lass uns spielen“). Dabei handelt es sich um kommentierte Spielausschnitte mit Unterhaltungs- und/oder journalistischem Wert, die auf Online-Videoplattformen veröffentlicht werden. Spielerinnen und Spieler filmen ihren Bildschirm bzw. ihre Reaktionen, während sie

ihre Handlungen im Spiel kommentieren und lassen so ein breites Publikum daran teilhaben. Bei Live-Streams können Zuschauerinnen und Zuschauer durch Kommentare mitdiskutieren oder werden direkt angesprochen, dadurch wirken die Videos oft sehr persönlich. Die meisten Let's Play Videos gibt es auf den Video-Plattformen YouTube und Twitch. Die beliebtesten Let's Player haben hier bis zu mehrere Millionen Abonnenten und werden auf Großveranstaltungen der Games-Branche wie Stars gefeiert. In Deutschland sind vor allem die Kanäle von Gronkh, Paluten und GermanLetsPlay beliebt. <sup>[6]</sup>

## Quellenangaben

---

- [1] und [2] game – Verband der deutschen Games-Branche e.V. (2023): Jahresreport der deutschen Games-Branche 2023. Internet: [www.game.de/publikationen/jahresreport-2023/](http://www.game.de/publikationen/jahresreport-2023/) [Stand: 17.08.2023].
- [3] und [4] Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2023): JIM-Studie 2022. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Internet: [www.mpfs.de/studien/jim-studie/2022/](http://www.mpfs.de/studien/jim-studie/2022/) [Stand: 04.08.2023].
- [5] Fileccia, Marco/Fromme, Johannes/Wiemken, Jens (2010): Computerspiele und virtuelle Welten als Reflexionsgegenstand von Unterricht. LfM Dokumentation, Band 39. Internet: [www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Publikationen-Download/LfM\\_Dokumentation\\_39\\_Online\\_Computerspiele.pdf](http://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Publikationen-Download/LfM_Dokumentation_39_Online_Computerspiele.pdf) [Stand: 04.08.2023].
- [6] Mein MMO – Magazin für Online-Games (2023): Die 5 größten Gaming-YouTuber 2023 in Deutschland. Internet: [www.mein-mmo.de/die-5-grossten-gaming-youtuber-2023-in-deutschland](http://www.mein-mmo.de/die-5-grossten-gaming-youtuber-2023-in-deutschland) [Stand: 04.08.2023].

Der Text basiert auf den Hintergrundinformationen der bereits bestehenden Unterrichtseinheit „Gamen, daddeln, zocken – Digitale Spiele hinterfragen und verantwortungsbewusst nutzen“ des Medienführerscheins Bayern für den Bereich der sonderpädagogischen Förderung. Die Unterrichtseinheit ist verfügbar unter: [www.medienfuehrerschein.bayern](http://www.medienfuehrerschein.bayern). Die Entwicklung wurde gefördert durch die Bayerische Staatskanzlei.