Freier Beitrag

Kids Mobile Gaming: Mobiles Spielen bei Kindern im Alter von 6 bis 13 Jahren

Kai-Uwe Hugger, Angela Tillmann, Julia Bader, Ilona Cwielong, Verena Kratzer


Kai-Uwe Hugger


Angela Tillmann


Julia Bader


Ilona Cwielong


Verena Kratzer

Zusammenfassung
Kindliches Medienverhalten ist heute zunehmend geprägt durch die Hinwendung zu digitalen Medien, insbesondere zu Spielen auf mobilen Endgeräten. Damit nehmen Kinder Teil an einem medialen und gesellschaftlichen Wandel, in dem Mobilität von zentraler Bedeutung ist. Zur Nutzung und Verarbeitung mobiler Spiele durch Kinder liegen allerdings sowohl national wie international bisher kaum sozialwissenschaftliche oder psychologische Untersuchungen vor. Erziehungswissenschaftlich ausgerichtete Studien, die herangezogen werden können, thematisieren vornehmlich Lernaspekte. In diesem Beitrag werden daher erstmals Daten über Nutzung und Bedeutung von digitalen Spielen auf mobilen Endgeräten bei Kindern im Alter von 6 bis 13 Jahren vorgelegt, mit besonderem Fokus auf den Stellenwert des Mobilen beim digitalen Spielen. Es handelt sich um erste Ergebnisse eines triangulativ angelegten zweijährigen Forschungsprojekts der Universität zu Köln und Fachhochschule Köln. Als zentrale Ergebnisse zeigen sich: Mobiles Spielen ist ein fester Bestandteil der heutigen Lebenswelt von Kindern. Dabei nimmt die Mobilität einen wichtigen Stellenwert beim digitalen Spielen ein.

Schlagworte: Mobiles Spielen, Digitale Spiele, Kindheit, Mediensozialisation, Digitale Kultur, Mobilität

Kid's Mobile Gaming: Mobile Gaming among 6- to 13-year-old children

Abstract
The media behaviour of today's children is increasingly informed by an orientation towards digital media, especially towards gaming on mobile devices. Therefore, children are actively participating in a change within society and the media landscape, in which mobility is taking a central position. As of now, there are very few national or international studies in the fields of social science and psychology that deal with children's use and their psychological processing of mobile games. In the context of educational science, all available studies mainly focus on aspects of learning. This article provides initial data on the use and relevance of digital games on mobile devices among 6- to 13-year-old children and especially focuses on the significance of mobility in digital gaming. It encompasses the first results of a two-year research project that uses the method of triangulation and is being conducted by the University of Cologne and the Cologne University of Applied Sciences. The central findings are that Mobile Gaming is a consistent part of the environment of today's children and that within children's digital gaming, mobility has an important status.

Keywords: Mobile Gaming, Digital Games, Childhood, Media Socialisation, Digital Culture, Mobility

1 Einleitung und Fragestellung

Mit der verstärkten Einführung technisch hochspezialisierter mobiler Spielekonsolen (dazu gehören vor allem Nintendo DS, PlayStation Portable) und der parallelen Entwicklung von Handys (Mobiltelefon, Smartphone) und Portable Media Playern zu Spielekonsolen, sind Kinder zu einer zentralen Zielgruppe auf dem Computer- und Videospielemarkt geworden. Die gegenwärtigen mobilen Endgeräte eröffnen Kindern vor allem durch ihre Portabilität und erweiterte multimediale Konvergenz ein Spielen am integrierten Bildschirm, das prinzipiell raum- und situationsübergreifend, ubiquitär, sozial konnektiert als auch personalisiert stattfinden kann. Zur Bedeutung, Nutzung und Verarbeitung digitaler Spiele auf mobilen Endgeräten durch Kinder liegen – sowohl national wie international – bisher kaum sozialwissenschaftliche oder psychologische Untersuchungen vor. Erziehungswissenschaftlich ausgerichtete Studien, die herangezogen werden können, thematisieren bislang vornehmlich Lernaspekte. Darüber hinaus fehlt ein Überblick über Angebote und Inhalte sowie Präferenzen für Spielgenres; dies gilt sowohl für mobile Spielkonsolen als auch für Handys, Smartphones, Portable Media Player und Tablets.

Für die Schließung dieser Forschungslücke möchte die vorliegende Untersuchung einen substanziellen Beitrag leisten. Sie betritt damit Neuland in einem wichtigen, für Kinder-Sozialisation zunehmend relevanten wissenschaftlichen Arbeitsfeld. Denn Kinder nehmen Teil an einem medialen und gesellschaftlichen Wandel, in dem Mobilität von zentraler Bedeutung ist. Mobile (Spiel-)Medien eröffnen die Möglichkeit, die räumliche Gebundenheit und auch Regelungen zur Begrenzung von Kommunikation zu überwinden. Potenziell können Kinder nahezu an jedem Ort und weitgehend unabhängig von elterlichen und pädagogischen Kontrollen agieren. Die mobilen Spielgeräte legen stetige Verfügbarkeit nahe und scheinen meist die gesamte Aufmerksamkeit der Kinder zu absorbieren – alle Sinneskanäle werden angesprochen. Auf der einen Seite werden damit neue Bezüge zur Welt, neue Aneignungsweisen von Welt, Entwicklung von Identitäten und Gemeinschaften, Wertorientierungen und Alltagskulturen und -ästhetiken sowie neue Formen des Wissens- und Kompetenzerwerbs möglich. Auf der anderen Seite zeichnen sich erste kommunikationskulturelle Problemlagen ab, z.B. im Hinblick auf das nur begrenzt reglementierbare Spiel und schwer überschaubare Kaufverhalten, den vereinfachten Zugang zu problematischen Inhalten, die neuen Vermarktungsstrategien mit unabsehbaren Folgekosten (In-Game Sales), die Verwendung personenbezogener Daten usw.

Als Förder- und präventive Schutzmaßnahme für den Umgang mit Computerspielen auf mobilen Endgeräten wird die Förderung von Medienkompetenz zunehmend wichtiger. Um gezielt fördern zu können, sind zunächst valide Daten über den Umgang der Kinder mit Computerspielen auf tragbaren Geräten notwendig. Dieser Aufgabe hat sich die vorliegende Untersuchung gestellt.

Forschungsziel des Gemeinschaftsprojekts von Universität zu Köln und Fachhochschule Köln ist es, Bedeutung, Nutzung und Verarbeitung von digitalen Spielen auf mobilen Endgeräten durch Kinder im Alter von 6 bis 13 Jahren zu erforschen und nach dem Stellenwert des Mobilen beim digitalen Spielen zu fragen. Theoretisch knüpft die Untersuchung an Konzepte der Kindheits-, Mediensozialisations- und Kommunikationsforschung an. Erste Ergebnisse der aktuell noch laufenden empirischen Untersuchung werden im Folgenden vorgestellt.

2 Theoretische Rahmung

Anknüpfend an die sozialwissenschaftliche Kindheitsforschung, die als multidisziplinärer Forschungsansatz unter der Überschrift der so genannten „(new) social studies of childhood" geführt wird (vgl. *Hengst* 2003; *Honig* 2009), nähern wir uns dem mobilen digitalen Spielen von Kindern aus der Perspektive von Kindern als kompetenten sozialen Akteuren und Akteurinnen. Berücksichtigt wird ebenfalls das Konzept der generationalen Ordnung, das die Gemeinsamkeiten von Kindern aus der Dichotomie „Kinder vs. Erwachsene" löst und ihre differentielle Zeitgenossenschaft, z.B. in der mediatisierten Gesellschaft erkennt (vgl. *Hengst* 2009). Dem Paradigmenwechsel in der Erforschung von Kindern und Kindheit in den 1980er Jahren folgend, werden Kinder somit nicht mehr als Entwicklungswesen, sondern als kompetente Gesellschaftsmitglieder angesehen, die aktiv an ihrer Entwicklung mitwirken und durch ihre alltäglichen Praxen Kultur, generationale Ordnungen etc. mit hervorbringen. Insbesondere vor dem Hintergrund der Individualisierungs- und Pluralisierungsbewegungen der zweiten Moderne erscheint Kindheit damit als eine wandelbare soziale Lebensphase, die es in ihrem jeweiligen historischen und kulturellen Kontext zu erforschen gilt. Forschungsarbeiten, die in diesem Kontext entstanden und für die vorliegende Arbeit heranzuziehen sind, beschäftigen sich vornehmlich mit der Frage der kulturellen Leistung von Kindern. Sie zeigen auf, wie Kinder das Angebot der Konsumindustrie in eigener Weise zu nutzen vermögen (vgl. *Hengst* 2002). Sie machen weiterhin deutlich, dass Kinder ihr Umfeld nicht mehr als einen sich kontinuierlich expandierenden einheitlichen Lebensraum wahrnehmen, der sich allmählich in konzentrischen Kreisen ausdehnt, wie *Baacke* (1989) es in Anlehnung an *Bronfenbrenner* (1981) in den 1980er Jahren beschrieben hat, sondern als eine Relation zwischen verstreuten Kinderorten bzw. „Inseln" (vgl. *Zeiher*/*Zeiher* 1994).

Die These der Verinselung von Kindheit besagt, dass die alltägliche Umwelt den Kindern durch ansteigendes Verkehrsaufkommen, zunehmende Bebauung und Asphaltierung keine geeigneten Spielräume mehr bereithält. Kinder können sich ihr Wohnumfeld demzufolge nicht mehr selbstständig aneignen, sie werden stattdessen zwischen verstreuten Kinderorten transportiert. Im Zuge dessen werden kindliche Aktivitäten weitgehend aus dem öffentlichen Raum gedrängt und in institutionelle – funktionalisierte und spezialisierte – oder private Räume verlegt. Diesen Prozess beschreibt der Begriff der „Verhäuslichung" (vgl. *Zinnecker* 1990). Es liegt auf der Hand, dass das Verschwinden natürlicher Bewegungsräume und die Verlagerung der Aktivitäten von Kindern in Innenräume die Mediennutzung begünstigt. Fraglich ist vor dem Hintergrund der zunehmend abverlangten Mobilität von Kindern und zeitgleich zu beobachtenden Verinselung und Verhäuslichung, inwieweit das digitale Spiel auf mobilen Endgeräten für Kinder (und auch Eltern) an Attraktivität gewinnt. Zu reflektieren ist in diesem Kontext auch das Verhältnis von Abhängigkeit und Autonomie.

In mediensozialisatorischer Hinsicht knüpft unsere Untersuchung an die grundlegende Vorstellung an, dass Kinder als dazu befähigt angesehen werden, sich ihre mediale Umwelt aktiv anzueignen und auch an der (gemeinschaftlichen) Gestaltung der Medien bzw. sozio-technischer Gefüge aktiv zu partizipieren. Dabei gilt, dass Einflüsse der Medien auf die Persönlichkeitsentwicklung und für den Sozialisationsprozess konstitutiv sind, allerdings nicht im Sinne einer direkten, kausalen Wirkungslogik, sondern im Rahmen der wechselseitigen Beziehung zwischen Subjekt und Medium, innerhalb eines komplexen

Bedingungsgefüges und kombiniert mit anderen Faktoren (vgl. *Tillmann/Hugger* 2013). In Anknüpfung an den medienökologischen Ansatz werden die spezifischen Handlungs- und Erfahrungsräume von Kindern in verschiedenen sozial-ökologischen Settings berücksichtigt (vgl. *Baacke* 1989).

Vor diesem Hintergrund müssen auch mobile Spiele, die von Kindern sehr häufig genutzt werden, für die kindliche Mediensozialisation als besonders wichtig angesehen werden. Spielprozesse auf stationären und mobilen Endgeräten können von Kindern sowohl als Ressource für Sozialisation fruchtbar gemacht werden als auch Risiken für sie bereithalten. Zu den Funktionen des Computerspielens für die jungen Heranwachsenden zählen der Zugang zu virtuellen Räumen sowie der Erwerb von Navigationskompetenzen für diese Räume, das Empfinden von Selbstwirksamkeit, das Management von Gefühlen sowie die Unterstützung von Abgrenzungs- und Autonomiebestrebungen (vgl. *Fritz* 2010). Freilich gelten für den Fall des Spielens auf mobilen Endgeräten besondere Bedingungen, die bei der Untersuchung der Computerspielesozialisation von Kindern einzubeziehen sind. Zeichnet sich das Spielen auf stationären Geräten noch durch Raumbezogenheit aus, geht es beim mobilen Spielen um ein in erster Linie personenbezogenes Handeln, das möglicherweise auch den Gestaltungsraum kindlicher Abgrenzungs- und Autonomiebestrebungen verändert.

Computerspiele sind nun nicht nur Ressource für Prozesse kindlicher Mediensozialisation. Sie sind zugleich als ein Basistyp mediatisierter Kommunikation zu verstehen (vgl. *Krotz* 2008). *Friedrich Krotz* unterscheidet drei Basistypen von Kommunikation mit Medien, die alle Modifikationen der Face-to-Face-Kommunikation darstellen: Erstens die mediatisierte interpersonale Kommunikation zwischen zwei Menschen, z.B. über E-Mail oder das Telefon. Zweitens präsentative und rezeptive Kommunikation, unter die die traditionelle Massenkommunikation fällt. Computerspiele sind ein Beispiel für den dritten Basistyp, den Krotz als interaktive Kommunikation bezeichnet. Für sie charakteristisch ist der dialogisch angelegte Kommunikationsprozess zwischen Mensch und Computersystem: „Der Computerspieler reagiert auf auftauchende Mitspieler sowie auf die Umwelt, die ihm der Computer als Spielfeld anbietet, und auf seine Antworten reagiert umgekehrt wiederum der Computer“ (vgl. *Krotz* 2008, S. 35). Die Definition von *Krotz* verhilft unserem Forschungsansatz nicht zuletzt dazu, das Spielen von Kindern auf mobilen Endgeräten in den gesellschaftlichen Mediatisierungsprozess der letzten Jahre einzuordnen. Dieser hat die Kontext-Situationen des medialen Alltags von Heranwachsenden einschneidend verändert. Mediatisierung als Metaprozess sozialen Wandels, innerhalb dessen sich „immer komplexere mediale Kommunikationsformen (entwickeln), und Kommunikation (...) immer häufiger, länger, in immer mehr Lebensbereichen und bezogen auf immer mehr Themen in Bezug auf Medien“ (*Krotz*, 2007, S. 38) stattfindet, zeigt sich heute nicht nur in der Zunahme, Digitalisierung und Ausdifferenzierung der Medien. Der gegenwärtig zu beobachtende Mediatisierungsprozess eröffnet neue sozio-technische Möglichkeitsräume und impliziert einen Bedeutungsanstieg der digitalen Medien im kommunikativen Alltag mit anderen. Unter diesen Voraussetzungen ist zu klären, welchen Anteil mobile Computerspiele in der Alltagswelt von Kindern und schließlich auch in der mediatisierten Kindheit einnehmen.

3 Darstellung des Forschungsstandes

Daten zum mobilen digitalen Spielverhalten von Kindern liegen bisher nur vereinzelt vor. Für den Gegenstand dieser Untersuchung haben diese Daten – so wird in einer Gesamtschau deutlich – eine nur begrenzte Aussagekraft, da sie sich vorwiegend auf Lernpotentiale beziehen (vgl. *Facer* u.a. 2008; *Klopfer* 2008; *Spikol/Milrad* 2008; *Kumar* u.a. 2010; *Hug* 2010; *Pachler/Bachmair/Cook* 2010).

Studien aus dem Bereich der Computerspiele sind angesichts des dynamischen Feldes oft veraltet und beziehen den zentralen Stellenwert der neue Generation mobiler Spielesysteme im Computerspielverhalten von Kindern nicht ein (vgl. *Beentjes* u.a. 2001; *Kafai* 1996; *Fromme/Meder/Vollmer* 2000). Sie sind außerdem oftmals der marketingorientierten Forschung zuzurechnen und damit insbesondere auf werberelevante Fragestellungen zugeschnitten. Dazu gehören etwa verschiedene empirische Studien im Auftrag des Computerspieleunternehmens Electronic Arts (EA) (vgl. *Kabel* 2006). Darüber hinaus sind sie meist zu unspezifisch im Hinblick auf die Altersgruppe der Kinder, indem nur oder schwerpunktmäßig die jungen Jugendlichen ab 14 Jahren berücksichtigt werden. So wurde z.B. in einer recht aktuellen Studie des JFF zur Nutzung mobiler Spiele angestrebt, 11- bis 21-jährige Besucher/-innen der Leipziger Games Convention zu befragen; aufgrund methodischer Mängel konnten jedoch fast ausschließlich Jugendliche (etwa vier Fünftel) erfasst werden, in der Alterspanne zwischen 14 und 21 Jahren (vgl. *JFF* 2008; *Mizuko* u.a. 2009). Hinzu kommen Studien, in denen vor allem das allgemeine Mediennutzungsverhalten von Kindern im Vordergrund steht (vgl. für den europäischen Kontext *Beentjes* 2001). Die Computerspielnutzung, insbesondere diejenige, die sich auf mobile Spieleplattformen bezieht, ist dabei lediglich ein kleiner Teilaspekt der Untersuchung, wie etwa auch die KIM-Studien des Medienpädagogischen Forschungsverbundes zeigen (vgl. z.B. *MPFS* 2011).

Wenngleich kaum Studien zu finden sind, die mobiles Spielen von Kindern zum Gegenstand haben, zeigen diverse Marktforschungsunternehmen, dass der Markt insbesondere für mobile Geräte stetig wächst (vgl. *Flurry Analytics*; *Newzoo*) – und liefern damit weitere Argumente dafür, dass wir uns mit dem mobilen Spielen von Kindern auseinandersetzen müssen.

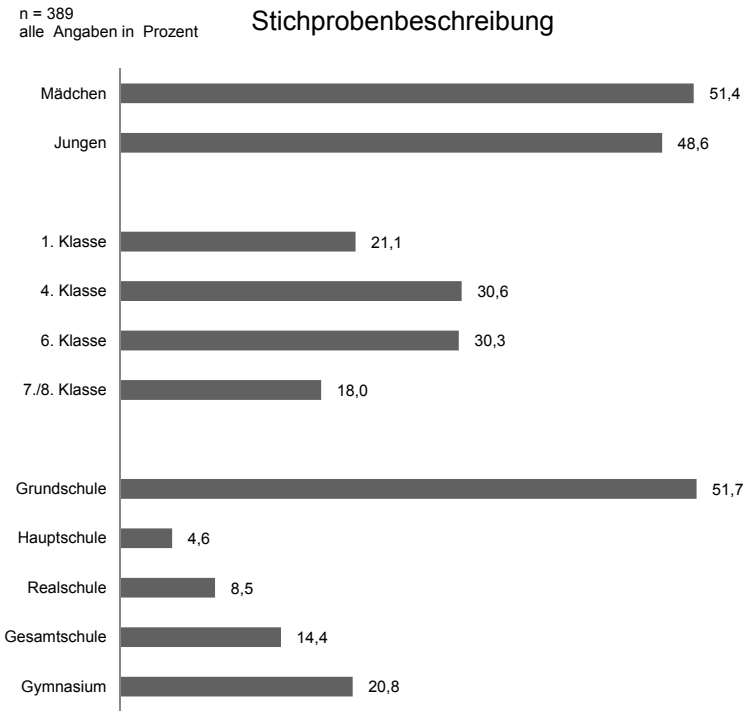
4 Darstellung der Methode

Die Untersuchung ist triangulativ angelegt, d.h. es werden verschiedene Methodologien kombiniert, mit dem Ziel der Erweiterung der Erkenntnismöglichkeiten. Neben einer Markt- und Genreanalyse wurden quantitative und qualitative Daten über die Nutzung von digitalen Endgeräten und ihre Funktion und Bewertung sowie die Umsetzung in das Alltagshandeln der Kinder erhoben als auch eine Teilgruppe von Eltern hinsichtlich der Bewertung der kindlichen Computerspielnutzung auf mobilen Konsolen befragt.

Um einen ersten Überblick über mobile Spiele zu bekommen, wurde zu Beginn der Studie eine Markt- und Genreanalyse durchgeführt. Die Marktanalyse umfasst sowohl den Hardwaremarkt (Spielgeräte) als auch den Softwaremarkt (Spiele) und orientierte sich an den Websites der Hersteller (Apple, Nintendo, Sony) und einschlägigen Online-Spielmagazinen (z.B. spielbar.de, 4Players.de) sowie Spielportalen (z.B. gamespot.com). Mithilfe eines Analyserasters wurden in Abhängigkeit zu den technischen Funktionen der ein-

zelnen Spielgeräte insbesondere die Möglichkeiten des interaktiven und vernetzten Spielens ausgelotet. Die Genreanalyse greift auf aus der Sozialwissenschaft bekannte Genres zurück (vgl. *Vollmer* 2000; *Fileccia/Fromme/Wiemken* 2010; *Kaminski/Witting* 2007). Berücksichtigt wurden zum damaligen Zeitpunkt die beliebtesten Spiele, die anhand von Hitlisten ermittelt wurden.

Tab. 1: Verteilung von Geschlecht, Klassenstufen und Schultypen in der Stichprobe



Im Anschluss an die Markt- und Genreanalyse erfolgte die Durchführung der quantitativen und qualitativen Erhebung. Anhand theoretischer Grundlagen und Hypothesen wurde ein Fragebogen sowohl für Kinder als auch ihre Eltern konzipiert. Im Oktober und November 2011 wurden an 12 Terminen 421 Schüler/-innen an 9 verschiedenen Schulen in Köln in durchschnittlich 30 minütigen Interviews quantitativ befragt. Die Stichprobe setzt sich zusammen aus Kindern der ersten und vierten Klasse in Grundschulen, der sechsten und achten und einer siebten Klasse auf weiterführenden Schulen. Ziel war es, die Altersspanne der Kinder zwischen 6 zwischen 13 Jahren sowie den Übergang von der Grundschule auf einer weiterführenden Schule abzubilden. Die bereinigte Nettostichprobe der Kinder umfasste nach der Datenüberprüfung und -bereinigung n=389 Kinder. Es liegt eine annähernd gleichgeschlechtliche Verteilung vor. Über 50 Prozent der Befragten gehen auf die Grundschule, 48,3 Prozent auf die weiterführende Schule (s. Tabelle 1).

5 Markt- und Genreanalyse: Geräte, Funktionalitäten, Genres

Mobiles Spielen findet auf unterschiedlichen Spieleplattformen statt. Neben bereits etablierten mobilen Konsolen (Handhelds) wie dem Nintendo DS (Nintendo) und der Play Station Portable (Sony), spielen Kinder heute auf Smartphones, Handys, Portable Media-Playern (z.B. iPod) und inzwischen auch vereinzelt auf Tablets.

Der größte Unterschied zwischen älteren Handhelds und neueren Konsolen besteht in der Funktionsvielfalt. Neben zahlreichen neuen interaktiven Bedienelementen (z.B. Touchscreen, Touchpen, Spracheingabe, Bewegungssensorik) bieten die heutigen Geräte über Bluetooth/Wi-Fi und Internetfähigkeit erweiterte Optionen für das gemeinsame Spielen und auch neue Kommunikationsmöglichkeiten.

Eines der marktführenden Handhelds, der Nintendo DS, verfügt aktuell z.B. über zwei Bildschirme. Der obere Bildschirm bildet den Spielverlauf ab, während der untere per Berührung bedient wird (Touchscreen). Die Steuerung des Spiels wird durch einen Touchpen vereinfacht. Über ihn können Spielfiguren exakt bewegt, Felder angetippt und Gegenstände verschoben werden. Einige Spielen lassen sich auch über ein integriertes Mikrofon per Spracheingabe steuern. Sowohl mit dem DS als auch mit der PSP kann der/ die Spieler/-in gemeinsam mit anderen spielen – im Team und/oder gegeneinander. Mithilfe von Bluetooth/Wi-Fi verbinden sich die Spieler/-innen mit ihren Konsolen kabellos, spielen an einem Ort, in benachbarten Räumen oder über das Internet weltweit miteinander.

Die Konvergenz der Geräte macht es möglich, dass die Spieler/-innen neben dem Spiel auch im Internet surfen (DSi/DSi XL, 3DS/3DS XL, PSP Geräte), mit Freund/-innen chatten, Audiodateien abspielen und über die integrierte Kamera Bilder aufnehmen (DSi/DSiXL, 3DS/3DSXL, PS Vita) können. Die neueste Konsole – die PS Vita – kombiniert zudem einen Touchscreen mit einem Touchpad und lässt sich mit Hilfe eines Bewegungssensors z.B. über Neige- und Kippbewegungen steuern.

Neben den genannten Konsolen etablieren sich weitere mobile Endgeräte als interaktive Spieleplattformen. Hierzu gehören insbesondere Smartphones, Portable Media Player und Tablets. Sie werden betrieben entweder durch das Betriebssystem Android (Googles Betriebssystem für Smartphones und Tablets, z.B. von HTC, Samsung, etc.) oder iOS (Apples Betriebssystem für iPhone, iPod und iPad). Gespielt wird an den Geräten über hochsensible Touchscreens; mit Fingern ausgeführte Bewegungen werden über die Berührung des Displays in spielerische Aktionen übersetzt. Ein integrierter Bewegungssensor erlaubt die Steuerung des Spiels bzw. i.d.R. der Spielfigur durch intuitives Kippen und Neigen des Gerätes. Dabei kann sowohl im Hoch- als auch im Querformat gespielt werden, das Bild wird automatisch angeglichen.

Für alle Spieleplattformen gilt, dass der Zugang zu den Spielen vereinfacht wurde. So können Spiele heute bequem über W-LAN von Zuhause aus oder an öffentlichen Hot Spots aus dem Internet heruntergeladen werden. Mit der Vita PS können Spieler/-innen über 3G auch unabhängig von W-LAN ins Internet gehen.

Die Genreanalyse des mobilen Spielemarkts, die im Rahmen der Untersuchung angefertigt wurde, zeigt, dass sich mobile Spiele weiterhin den bereits sozialwissenschaftlich etablierten Genres zuordnen lassen: Action, Adventure, Denk- und Geschicklichkeitsspiele, Jump'n'Run, Lernspiele (Edutainment), Rollenspiele, Sport- und Rennspiele, Simulation, Strategie. Ergänzt werden muss diese Einteilung um die Genres „Party" und „Musikspiel". Die Relevanz der zwei Genres, die im Rahmen der Spielmarktanalyse – wenn-

gleich auch nur vereinzelt – aufgefallen sind, zeigt sich insbesondere im Hinblick auf geschlechtsspezifische Spielweisen (s.u.).

Die im Rahmen der Untersuchung durchgeführte Spielemarktanalyse macht deutlich, dass von den untersuchten Spielen die beliebtesten Spiele für Smartphones (Android) und Apple-Produkte (iPhone, iPod touch, iPad) dem Genre „Denk- und Geschicklichkeitsspiel" zugeordnet werden können. Solche Spiele eignen sich aufgrund der oftmals geringen Komplexität der Spielstrukturen besonders gut für das Spielen zwischendurch. Im Unterschied hierzu werden mit dem Nintendo DS und der PSP gerne Spiele gespielt, die sowohl hinsichtlich der Spielzeit als auch Spielaneignung eine intensivere Zuwendung erfordern. Spiele, die bevorzugt mit dem Nintendo DS gespielt werden, lassen sich nicht einem einzigen Genre zuordnen, sondern stellen eine Kombination aus Action-, Adventure- und Rollenspielen dar. Ähnlich verhält es sich bei der PSP: Favorisiert werden reine Actionspiele, gefolgt von Spielen, die Merkmale von Action- und Adventurespielen beinhalten.

6 Ergebnisse der quantitativen Befragung

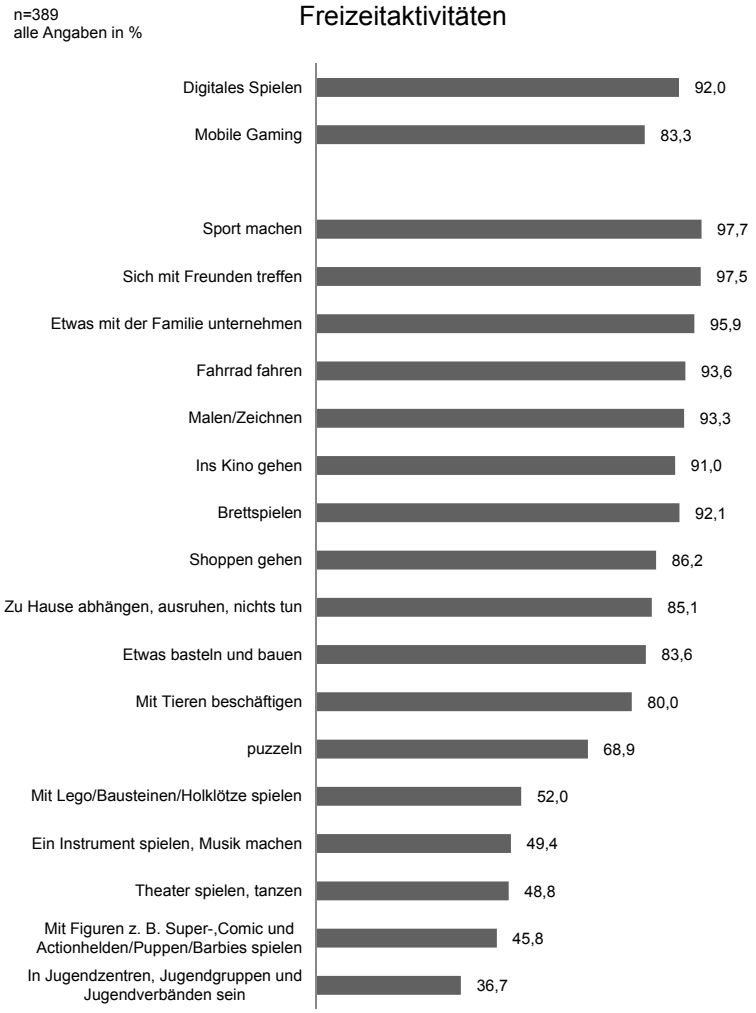
Die im Folgenden vorgestellten ersten Ergebnisse unseres quantitativen Untersuchungsteils beziehen sich auf den Stellenwert des Spielens auf digitalen mobilen Endgeräten in der Freizeit von Kindern und im Medienensemble von Kindern, auf allgemeine und geschlechts- sowie altersspezifische Nutzungsweisen und die Bedeutung des Faktors Mobilität bei Kindern von 6 bis 13 Jahren. In die Untersuchung einbezogen wurden alle digitalen Geräte, die Spieloptionen bieten. Die Geräte unterscheiden sich hinsichtlich ihrer multimedialen Konvergenz, da der Fokus jedoch auf dem Spiel liegt, bezeichnen wir sie im Folgenden als Spielgeräte.

6.1 Die Bedeutung von mobilem Spielen in der Freizeitgestaltung von Kindern

Um genauer zu beschreiben, wie 6- bis 13-jährige Kinder ihre Freizeit verbringen, haben wir nach der Häufigkeit des digitalen Spielens (mobil und stationär) als auch der von anderen nicht-medialen Freizeitbeschäftigungen gefragt (s. Tabelle 2). Die Antworten wurden über die Kategorien „sehr oft", „oft", „manchmal", „selten" oder „nie" eingestuft. Nimmt man die Tätigkeiten in der Freizeit, die mindestens „selten" ausgeübt werden, zeigt sich folgendes Bild: Digitales Spielen (mobil wie stationär) ist ein zentraler Bestandteil heutiger Kinderkultur. Allerdings werden andere Freizeitbeschäftigungen wie Sport und soziale Kontakte dadurch nicht eingeschränkt, im Gegenteil: Für die Kinder sind nicht-mediale Freizeitbeschäftigungen, Sport und soziale Kontakte weiterhin bedeutsamer. Sie sind Spitzenreiter unter allen Aktivitäten in der Freizeit von Kindern: 97,7 Prozent der Kinder treiben Sport, 97,5 Prozent treffen Freunde und 95,9 Prozent unternehmen etwas mit der Familie. Im Vergleich dazu spielen etwa vier Fünftel aller befragten Kinder von 6 bis 13 Jahren in ihrer Freizeit mit mobilen Endgeräten (83,3 Prozent). Nimmt man die stationären digitalen Spielgeräte hinzu, zeigt sich, dass fast alle Kinder (92 Prozent) mit Computer, Spielkonsole, Handy, Smartphone, Multimediaplayer oder Tablet spielen. Ähnlich stark vertreten wie das digitale Spielen insgesamt (stationär/mo-

bil) sind unter den Kindern die Freizeitbeschäftigungen Fahrrad fahren (93,6 Prozent), malen und zeichnen (93,3 Prozent) und mit Brettspielen spielen (92,1 Prozent).

Tab. 2: Freizeitaktivitäten von Kindern von 6 bis 13 Jahren im Vergleich



Etwa vier Fünftel aller befragten 6- bis 13-jährigen Kinder – also ähnlich viele, wie in ihrer Freizeit mit mobilen Endgeräten spielen – gehen in ihrer Freizeit Shoppen (86,2 Prozent), hängen zu Hause ab, ruhen sich zu Hause aus und tun dort nichts (85,1 Prozent), basteln und bauen etwas (83,6 Prozent) oder beschäftigen sich mit Tieren (80 Prozent). Mobiles Spielen (sowie digitales Spielen insgesamt) ist so integraler Bestandteil eines vielfältigen und facettenreichen Bildes von Aktivitäten, die heute selbstverständlich für die Freizeit und den Alltag von Kindern von 6 bis 13 Jahren sind. Die Mobilspieler/-innen

unter den Kindern zeigen im Vergleich zu den Nicht-Mobilspieler/-innen keine Einschränkungen anderer Freizeitbeschäftigungen.

6.2 Mobiles Spielen im Medienensemble von Kindern

Die Bedeutung des digitalen Spielens spiegelt sich in der hohen Verbreitung von digitalen Spielgeräten wider. Alle befragten Kinder haben zu mindestens einem Spielgerät Zugang. Das bedeutet, dass mindestens eines der Geräte Computer, stationäre und mobile Spielkonsole, Handy, Smartphone, Multimediaplayer und Tablet im Haushalt der Kinder – entweder bei einem anderen Familienmitglied oder bei den Kindern selbst – vorhanden ist. Diese Vollversorgung gilt sowohl für die mobilen als auch stationären Geräte. Computer (96,9 Prozent) und Handy (88,4 Prozent) sind am weitesten verbreitet. An dritter Stelle steht mit 75,6 Prozent der Zugang zu mobilen Spielkonsolen, danach sind Multimediaplayer mit 72 Prozent und die stationäre Spielkonsole mit 70,4 Prozent am häufigsten zu finden. Rund die Hälfte, nämlich 52,7 Prozent der Kinder, haben Zugang zu einem Smartphone. Dagegen befindet sich bisher bei nur 13,9 Prozent der Befragten ein Tablet im Haushalt.

Im Besitz der Kinder selbst sind neben stationären auch mobile Geräte zu finden. Mehr als vier Fünftel der Kinder (84,1 Prozent) nennen mindestens eines der mobilen Spielgeräte ihr Eigen, im Vergleich zu fast allen Kindern (93,8 Prozent), die mindestens ein stationäres Spielgerät besitzen. 39 Prozent der 6- bis 13-Jährigen haben sogar drei oder mehr der mobilen Spielgeräte mobile Spielkonsole, Handy, Smartphone, Multimediaplayer und Tablet.

Die mobile Spielkonsole ist das am weitesten verbreitete digitale Gerät unter Kindern. 67,9 Prozent, also mehr als zwei Drittel der 6- bis 13-Jährigen, besitzen eine mobile Spielkonsole. Über die Hälfte der Schüler/-innen von 6 bis 13 Jahren besitzt ein Handy (55,3 Prozent) und einen Multimediaplayer (51,7 Prozent). Diese Geräte sind unter Kindern weiter verbreitet als stationäre Spielgeräte wie Computer oder stationäre Spielkonsole, sie sind sogar häufiger im Kinderzimmer zu finden als Klassiker wie Fernseher und digitale Foto- oder Videokamera. Digitale Geräte, die auch für andere Tätigkeiten (z.B. für die Arbeit) gebraucht werden, sind öfter im Besitz anderer Familienmitglieder, etwa den Eltern. Die mobilen und stationären Spielkonsolen gehören sehr oft den Kindern selbst.

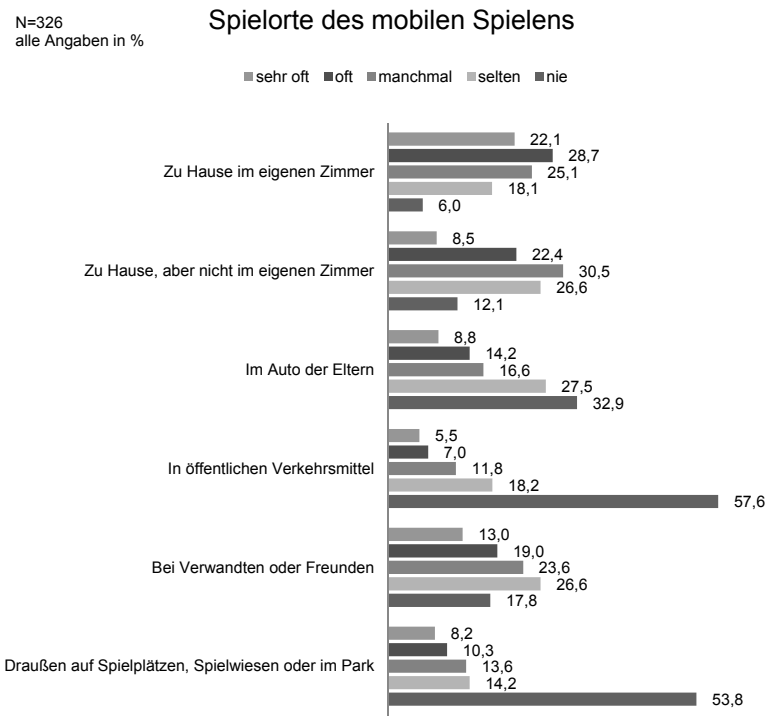
Zusammenfassend: Digitale Spielgeräte (mobil/stationär) sind ein fester und wichtiger Bestandteil im Medienensemble der 6- bis 13-Jährigen. Nicht nur zu stationären (Computer, stationäre Spielkonsole), sondern auch mobilen Spielgeräten (mobile Spielkonsole, Handy, Smartphone, Multimediaplayer und Tablet) haben fast alle Kinder von 6 bis 13 Jahren Zugang. Im Hinblick auf die digitalen Spielgeräte herrscht unter den befragten Kindern von 6 bis 13 Jahren Vollversorgung. In den Kinderzimmern, also im Besitz der Kinder selbst, sind vor allem mobile Spielgeräte zu finden. Die mobile Spielkonsole ist dabei das am weitesten verbreitete digitale Gerät unter den befragten Kindern.

6.3 Wie mobil ist mobiles Spielen? Die Mobilität des mobilen Spielens

Ein Blick auf die Daten zu den Motiven als auch Spielorten des mobilen Spielens zeigt, dass die physisch-technische Mobilität mobiler Endgeräte für Kinder zwischen 6 und 13 Jahren eine wichtige Rolle spielt. Etwa 96 Prozent spielen insgesamt an unterschiedlichen

Orten unterwegs mobil, d.h. nicht zu Hause (s. Tabelle 3): Über vier Fünftel spielen mobil bei Verwandten oder Freunden (82,2 Prozent), knapp zwei Drittel im Auto der Eltern (67,1 Prozent). Deutlich geringer, aber immer noch relativ hoch ist der Anteil an Kindern, die die mobilen Endgeräte im öffentlichen Raum nutzt: Etwa jedes zweite Kind spielt mobil auf „Spielplätzen, Spielwiesen oder im Park" (46,3 Prozent). Knapp zwei Fünftel spielt mobil in öffentlichen Verkehrsmitteln (42,5 Prozent). Ein ähnlich großer Anteil nutzt die mobilen Spielgeräte zu Hause (97,9 Prozent): Auch hier ist die physisch-technische Mobilität mobiler Endgeräte für Kinder relevant. Fast alle befragten Kinder, die mobile Spielgeräte nutzen, tun dies nicht nur im eigenen Kinderzimmer (94 Prozent), nahezu ebenso viele spielen mobil in einem anderen Zimmer zu Hause (88 Prozent). Deutlich wird weiterhin, dass 88,7 Prozent derjenigen Kinder, die in ihrem eigenen Zimmer mit mobilen Endgeräte spielen, auch in anderen Zimmern zu Hause mobil spielen. Kinder sind mit ihren mobilen Spielgeräten auch zu Hause unterwegs.

Tab. 3: Spielorte für mobiles Spielen in Bezug auf die Spielhäufigkeit



Digitales Spielen mit mobilen Endgeräten ist prinzipiell überall möglich. Fragt man die Kinder, aus welchen Gründen sie gerne mobil spielen, wird deutlich, dass die Eigenschaft der Mobilität bei vielen Kindern zwar nicht das Top-Motiv ist, aber dennoch relativ hoch eingeschätzt wird: Etwa jedes zweite befragte Kind (51,5 Prozent) stimmt zu bzw. stimmt voll und ganz zu, dass es mit mobilen Geräten spielt, weil es damit überall spielen kann. Etwas weniger Kinder (46 Prozent) stimmen zu bzw. stimmen voll und ganz zu, dass sie

sich wegen des gemeinsamen Spielens mit Geschwistern und Freunden den mobilen Geräten zuwenden. Wichtiger als die Eigenschaft der Mobilität sind den Kindern beim mobilen Spielen jedoch die Motive „Weil es Spaß macht“ (89 Prozent), „Weil mich der Inhalt des Spiels interessiert (67,2 Prozent), „Weil ich ein neues Spiel ausprobieren will (57, 9 Prozent) und „Weil mir langweilig ist“ (56,1 Prozent).

Zusammenfassend: Für Kinder hat physisch-technische Mobilität beim mobilen Spielen eine wichtige Bedeutung. Es zeigt sich, dass das Spektrum der Orte für mobiles Spielen groß ist. Auch zu Hause wird der Spielort gewechselt.

6.4 Die Nutzung von mobilen Spielen bei Kindern von 6 bis 13 Jahren

Mobiles Spielen nimmt eine wichtige Rolle im Alltag der befragten 6- bis 13-Jährigen ein. Dies zeigen die Daten zu Spielhäufigkeit und Einschätzung der Wichtigkeit. Um ein genaueres Bild der Nutzung von mobilen Spielen durch Kinder zu erhalten, haben wir zunächst die Häufigkeit medialer Aktivitäten erfragt: 92 Prozent der befragten Kinder spielen mit Computer, Spielkonsole, Handy, Smartphone, Multimediaplayer oder Tablet. 46,3 Prozent, also fast die Hälfte der 6- bis 13-jährigen Kinder, spielen auf einer fünfstufigen Skala von „nie“ bis „sehr oft“ sogar „oft“ oder „sehr oft“. Damit rangiert digitales Spielen hinter Fernsehen (97,9 Prozent sehen fern) und Musik hören (96,4 Prozent hören Musik) auf dem dritten Platz der häufigsten Beschäftigungen mit Medien und ist unter den Kindern beliebter als Bücher lesen (90,2 Prozent), im Internet surfen (87,1 Prozent), Kinder- und Jugendzeitschriften lesen (77,1 Prozent), mit dem Handy telefonieren (75,3 Prozent) und Radio hören (70,2 Prozent).

Wie häufig spielen 6- bis 13-jährige Kinder auf mobilen und stationären Geräten? Mobile Endgeräte wie Handy, Smartphone, Multimediaplayer, Tablet und mobile Spielkonsolen konkurrieren als Spielgeräte mit stationären Geräten (Computer – offline und online – und stationärer Spielkonsole). Mehr als vier Fünftel der Befragten (83,3 Prozent) spielen auf mobilen Endgeräten. Nur etwas mehr Kinder spielen auf stationären Geräten (89,9 Prozent).

Das beliebteste digitale Spielgerät ist zwar immer noch der Computer, auf dem spielen mehr als vier Fünftel der befragten Kinder (84,1 Prozent), und die stationäre Spielkonsole, auf der spielen etwa drei Viertel der Befragten (73,9 Prozent). Dicht darauf folgt jedoch die mobile Spielkonsole, auf der 72,7 Prozent der Kinder von 6 bis 13 Jahren spielen. Ein Viertel (23,9 Prozent) tut dies sogar „oft“ oder „sehr oft“. Etwa zwei Drittel der Kinder (61,9 Prozent) spielen mit dem Handy. Jedes zweite Kind (50,1 Prozent) spielt mit Multimediaplayern wie dem Ipod touch und 37,3 Prozent mit dem Smartphone. Einzig Tablets sind hier abgeschlagen, auch aufgrund des noch geringen Verbreitungsgrades. Bisher spielen nur 11,3 Prozent der befragten Kinder damit.

Die Bedeutung des digitalen Spielens zeigt sich auch bei der Frage nach der Wichtigkeit der einzelnen Geräte für das Spielen (im Mittelwertvergleich): Der Computer (offline: 3,56 und online: 3,41) und das Handy (3,34) sind für Kinder von 6 bis 13 Jahren die wichtigsten digitalen Spielgeräte, danach folgen mit wenig Abstand mobile (3,13) und stationäre Spielkonsolen (3,12) sowie Multimediaplayer (2,78) und Smartphone (2,73). Das Tablet (2,17) ist in der Wichtigkeit wiederum etwas abgeschlagen.

Zusammenfassend zeigt sich, dass mobiles Spielen ein fester Bestandteil im Alltag von Kindern ist, es steht auf Platz 3 bei den beliebtesten medialen Aktivitäten, nach dem

Fernsehen und Musikhören. Nahezu alle Kinder bzw. vier Fünftel spielen auf mobilen Endgeräten, bevorzugt auf mobilen Konsolen, dann aber auch dem Handy, dem Multimediaplayer und dem Smartphone.

6.5 Altersspezifische Nutzung von mobilen Spielen

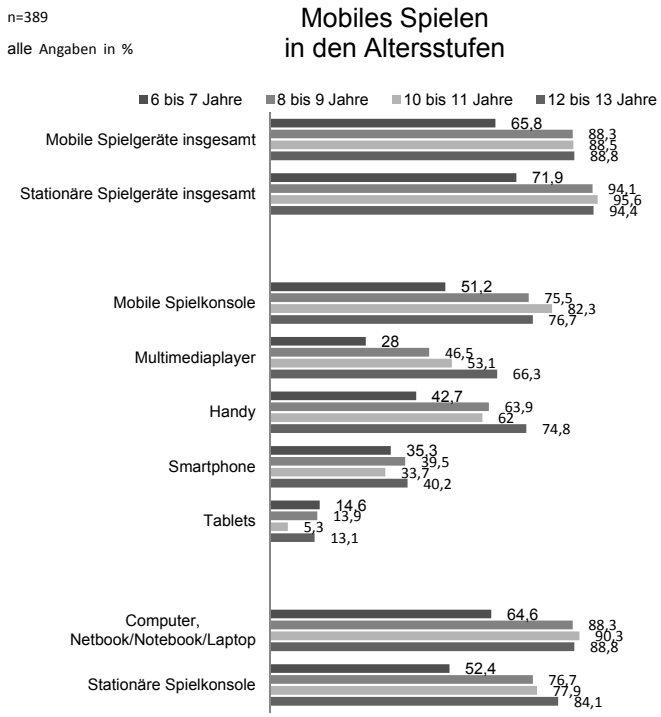
Mit dem Alter der Kinder steigen Besitz und Nutzung von digitalen Spielen. Ab einem Alter von 8 Jahren spielen fast alle befragten Kinder (96 Prozent) mit Computer, Spielkonsole, Handy, Smartphone, Multimediaplayer oder Tablet. Bei den 6- bis 7-Jährigen spielen noch etwas weniger, nämlich zwei Drittel (76,5 Prozent), mit digitalen Endgeräten. Ältere Kinder ab 10 Jahren spielen häufiger als die Jüngeren. Unter den 10- bis 13-Jährigen spielen zwei Drittel „oft“ oder „sehr oft“ (66,3 Prozent), bei den unter 9-Jährigen ist es etwa ein Drittel (33,4 Prozent).

Unter den Spieler/-innen auf mobilen Endgeräten sind alle Altersstufen entsprechend der Verteilung in der gesamten Stichprobe vertreten. Bezüglich der unterschiedlichen Geräte Handy, Smartphone, Multimediaplayer, Tablet und mobile Spielkonsole unterscheiden sich die Altersgruppen (s. Tabelle 4). Die Anzahl derer, die mit einem Multimediaplayer oder Handy spielen, nimmt linear zu, je älter die befragten Kinder sind. Tablets werden in allen Altersgruppen von sehr wenigen Befragten genutzt, so dass hier keine aussagekräftige Auswertung möglich ist. Anders ist es bei Smartphones und mobilen Spielkonsolen: Auf diesen wird in allen Altersgruppen von einer ähnlich großen Anzahl an Kindern gespielt. Auf Smartphones spielt jeweils mindestens ein Drittel der befragten Kinder und auf mobilen Spielkonsolen sogar jeweils mehr als zwei Drittel, außer bei den Jüngsten von 6 bis 7 Jahren. Von diesen spielt rund die Hälfte mit einer mobilen Konsole. In allen Altersgruppen ist die mobile Spielkonsole das am häufigsten genutzte mobile Gerät für digitale Spiele. Während die Konsole unter den Jüngeren von 6 bis 10 unumstritten ist, machen unter den älteren Kindern in der Altersgruppe der 12- bis 13-Jährigen Multimediaplayer und Handy dieser Konkurrenz.
Diese Ergebnisse werden auch hinsichtlich der Verbreitung der Geräte bestärkt. Zugang zu Spielgeräten haben Kinder jeder Alterskategorie. Ganz anders sieht es jedoch bei dem Besitz der befragten Kinder aus. Unter den 6- bis 7-Jährigen besitzt die Hälfte mindestens ein mobiles Endgerät für digitale Spiele. Je älter die Befragten, desto wahrscheinlich ist, dass sie ein eigenes mobiles Gerät besitzen. Etwa vier Fünftel (82,6 Prozent) der 8- bis 9-Jährigen besitzen bereits mindestens ein mobiles digitales Spielgerät, unter den 10- bis 11-Jährigen sind es 95,6 Prozent und unter den 12- bis 13-Jährigen sind es sogar 99,1 Prozent. Auch die Anzahl der mobilen Geräte steigt mit dem Alter der Kinder.

Betrachtet man nun die einzelnen Spielgeräte Handy, Smartphone, Multimediaplayer, Tablet und mobile Spielkonsole zeigen sich einige Unterschiede. Der Besitz von Multimediaplayer, Handys und Smartphones steigt genauso wie der Besitz und die Anzahl der Geräte insgesamt mit dem Alter linear an. Im Unterschied hierzu steigt der Besitz von mobilen Spielkonsolen nicht linear mit dem Alter an. 37,8 Prozent der 6- bis 7-Jährigen nennen eine mobile Spielkonsole ihr Eigen, womit es das mobile Spielgerät ist, das unter den jüngsten Befragten mit Abstand am weitesten verbreitet ist. Von den 8 bis 9-Jährigen zählen dann bereits 68,6 Prozent der Befragten und von den 10- bis 11-Jährigen 78,8 Prozent zu den Besitzer/-innen einer eigenen mobile Spielkonsole. In dieser Alterskategorie kommt es zur Stagnation, d.h. unter den 12- bis 13-Jährigen haben 78,5 Prozent ein sol-

ches Gerät. Die mobile Spielkonsole ist damit typisch für die Kinder im Grundschulalter. Tablets sind in allen Altersstufen sehr gering im Besitz der Kinder selbst, so dass sich hier keine Tendenzen erkennen lassen.

Tab. 4: Mobiles Spielen in verschiedenen Altersstufen



Zusammenfassend ist festzuhalten: Ab 6 bis 7 Jahren spielen bereits zwei Drittel der Kinder digital. Je älter die Kinder werden, desto verbreiteter ist Spielen und auch der Besitz von entsprechenden Geräten. Mobile Spieler/-innen gibt es in jedem Alter, die mobile Spielekonsole und ihre Nutzung scheint jedoch vor allem ein Phänomen von Kindern im Grundschulalter zu sein. Unter den älteren Kindern steigen Multimediaplayer, Handy und Smartphone als Spielgeräte in der Gunst und stellen damit eine beliebte Alternative zur klassischen Spielkonsole dar. Mit dem Smartphone wird in allen Altersgruppen ähnlich oft gespielt, allerdings sind vor allem die älteren Befragten im Besitz eines eigenen Smartphones. Wenn hier die Entwicklung vom Handy zum Smartphone weiter greift und damit jüngere Kinder häufiger ein eigenes Smartphones besitzen, könnte es hier also zu einer Wandlung kommen. Die Daten zeigen, dass diejenigen, die ein eigenes Smartphone besitzen, durchschnittlich öfter damit spielen. Also würde das Smartphone – auch in der Gruppe der jüngeren Kinder – der Spielkonsole starke Konkurrenz machen.

6.6 Geschlechtsspezifische Nutzung von mobilen Spielen

Digitales Spielen ist sowohl unter Jungen als auch Mädchen ein wichtiger Bestandteil der Mediennutzung, 94,7 Prozent der Jungen und 89,5 Prozent der Mädchen spielen mit Computer, Spielkonsole, Handy, Smartphone, Multimediaplayer oder Tablet. Allerdings sind mehr Jungen häufige Spieler: Hier spielen etwa zwei Drittel (61,9 Prozent) „oft“ oder „sehr oft“. Mädchen sind eher gelegentliche und seltene Spielerinnen. Unter ihnen spielen nur ein Drittel (31,5 Prozent) „oft“ oder „sehr oft“ digitale Spiele.

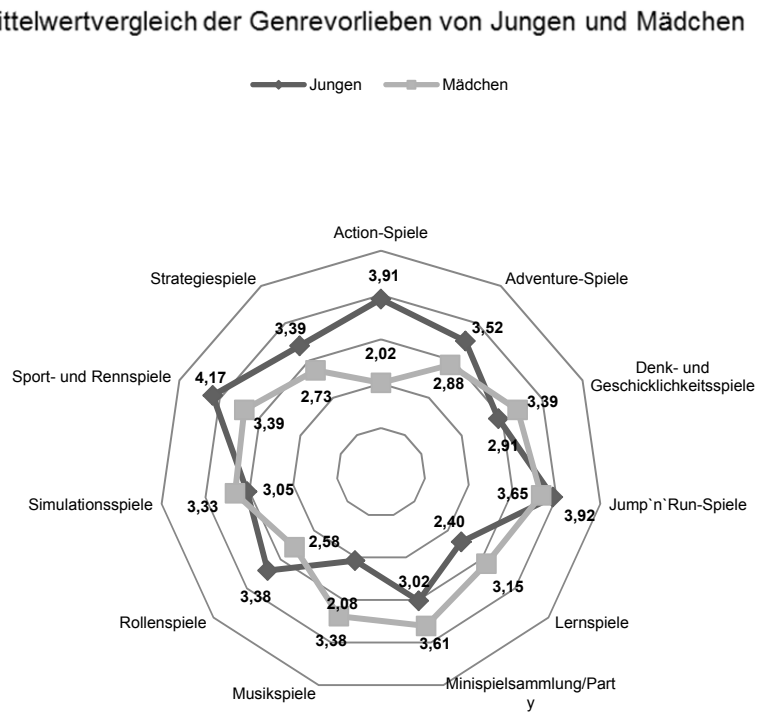
In Bezug auf das mobile Spielen sind nur wenige Unterschiede zwischen Mädchen und Jungen zu finden. Unter den Spieler/-innen auf mobilen Endgeräten sind Jungen und Mädchen gleich stark verteilt. Bezüglich der unterschiedlichen Geräte zeigen sich allerdings einzelne Unterschiede. Mit dem Multimediaplayer spielen mehr als die Hälfte der Jungen (56,6 Prozent) im Vergleich zu 44 Prozent der Mädchen. Auch hinsichtlich Handy, Smartphone und Tablet haben Jungen einen Vorsprung gegenüber den Mädchen, der jedoch mit höchstens sechs Prozentpunkten relativ klein ausfällt. Das einzige digitale Spielgerät, mit dem Mädchen genauso oft spielen wie Jungen, ist die mobile Spielkonsole: Jeweils etwa drei Viertel der Mädchen (72 Prozent) und Jungen (73,5 Prozent) spielen damit.

Sowohl Mädchen als auch Jungen haben alle (rund 99 Prozent) Zugang zu mindestens einem der mobilen Spielgeräte Handy, Smartphone, Multimediaplayer, Tablet oder mobile Spielkonsole. Blickt man in die Kinderzimmer der 6- bis 13-Jährigen finden sich in Mädchen- und Jungenzimmern ähnlich viele Spielgeräte. Jeweils mehr als vier Fünftel der Mädchen (85 Prozent) und Jungen (83,1 Prozent) besitzen mindestens ein mobiles Endgerät für digitales Spielen. Jeweils rund 39 Prozent nennen sogar drei oder mehr Geräte ihr Eigen. Im Gegensatz zu stationären Geräten, allen voran die stationäre Spielkonsole (diese besitzen 59,8 Prozent der Jungen und nur 36 Prozent der Mädchen), sind mobile Geräte bei den befragten Jungen und Mädchen nahezu gleich stark vertreten. Mobile Spielekonsolen, Multimediaplayer sowie Tablets, zeigen keine geschlechtsspezifischen Unterschiede. Im Bereich der Mobiltelefone sind Handys (bei 58 Prozent der Mädchen und 52,4 Prozent der Jungen) stärker bei Mädchen zu finden, dafür besitzen Jungen häufiger Smartphones (20,6 Prozent der Jungen im Gegensatz zu 17 Prozent der Mädchen). Insgesamt sind Mobiltelefone jedoch ähnlich weit verbreitet.

Sowohl bei Besitz als auch Spielhäufigkeit von und mit mobilen Endgeräten sind sich Mädchen und Jungen ähnlich. Klare geschlechtsspezifische Unterschiede zeigen sich dann bei inhaltlichen Interessen. Dies spiegelt sich in den Genrevorlieben von Jungen und Mädchen wider (s. Tabelle 5).

Jungen zählen insbesondere Sport- und Rennspiele, Jump’n‘Run-Spiele, Actionspiele, aber auch, Adventure-Spiele und Strategiespiele zu ihren Favoriten. Mädchen dagegen nennen Jump’n’Run-Spiele, Partyspiele, Denk- und Geschicklichkeitsspiele sowie Musikspiele als diejenigen, die sie am liebsten spielen. Ähnlich stark begeistert sind sowohl die befragten Mädchen als auch Jungen von Jump’n’Run-Spielen und Simulationsspielen.

Tab. 5: Genrevorlieben von Jungen und Mädchen beim mobilen Spielen



Frage nach Genres auf einer fünfstufigen Skala von 1 "spiele ich gar nicht gerne" bis 5 "spiele ich gerne"

7 Diskussion und Ausblick

Die ersten Ergebnisse unserer Untersuchung zeigen ein differenziertes Bild kindlicher Mobilspieler/-innen. Anhand der Erhebung medialer und nicht-medialer Freizeitbeschäftigungen wird deutlich, dass mobiles Spielen ein integraler Bestandteil der kindlichen Alltagswelt ist. Dabei scheint das mobile Spielen nicht in Konkurrenz zu anderen Freizeitaktivitäten zu stehen. Die insbesondere in öffentlichen Diskussionen vertretene Substitutions-These, nach der das (mobile) Spielen andere (nicht-mediale) Freizeitbeschäftigungen zunehmend verdrängt, erhält vor diesem Hintergrund keine neue Nahrung. In diesem Punkt stimmen die Ergebnisse mit früheren Untersuchungen zur kindlichen Computerspielkultur überein (vgl. *Fromme* 2003).

In der bisherigen Forschung zum Computerspielen von Kindern wird freilich kaum zwischen dem Stellenwert stationärer und mobiler Endgeräte unterschieden. Unsere Daten belegen jedoch einmal mehr, dass für Kinder die physisch-technische Mobilität beim mobilen Spielen eine wichtige Bedeutung hat. Es zeigt sich, dass das Spektrum der Orte für mobiles Spielen groß ist, auch zu Hause wird der Spielort gewechselt.

Deutlich wird auch eine hohe Verbreitung von digitalen (konvergenten) Spielgeräten: Alle Kinder haben Zugang zu zumindest einem Gerät. Im Besitz der Kinder selbst sind vor allem mobile Geräte zu finden: Mobile Spielkonsolen, Handys und Multimediaplayer sind in dieser Hinsicht die am weitesten verbreiteten digitalen Gerät unter den befragten Kindern. In der weiteren Datenauswertung ist zu klären, ob den Kindern mit dem Besitz dieser Geräte in der Familie auch die alleinige und vor allem autonome Nutzung zugestanden wird. Dies würde darauf hinweisen – so eine Vermutung, die es freilich zu belegen gilt –, dass für die Kinder mit den mobilen Spielen nicht nur flexible Möglichkeiten der Suche nach Spaß und Unterhaltung verbunden sind, sondern sich auch neue Autonomiepotenziale kindlicher Entwicklung eröffnen.

Im Hinblick auf die Nutzungsdimension machen unsere Daten deutlich, dass die 6- bis 13-Jährigen nicht auf ein Gerät festgelegt sind, sondern Kinder die ganze Spannbreite mobiler digitaler Geräte für das Spielen nutzen. Zugleich lassen unsere Daten vermuten, dass der mobilen Spielkonsole, die von den mobilen Geräten zurzeit noch am häufigsten genutzt wird, zunehmend Konkurrenz von Seiten der Smartphones droht.

Deutlich wird weiterhin, dass die Anzahl der mobilen Geräte mit dem Alter steigt. Die mobile Konsole ist typisch für die Kinder im Grundschulalter, mit zunehmendem Alter gewinnen dann Geräte wie Smartphones an Bedeutung. Vor allem die älteren Kinder sind im Besitz eines eigenen Smartphones. Hier wird zu beobachten sein, wie sich die Entwicklung vom Handy zum Smartphone auf die mobilen Spielneigungen der jüngeren Kinder auswirkt.

Klare geschlechtsspezifische Unterschiede werden bei den befragten Kindern bei ihren inhaltlichen Interessen bzw. bei den Genrevorlieben deutlich – ein Ergebnis, das sich in ähnlicher Weise auch im Hinblick auf stationäres Spielen zeigt.

Um die Ergebnisse unserer Untersuchung genauer auszuwerten und zu interpretieren, sind weitere uni- und bivariate Analysen sowie eine Clusteranalyse vorgesehen, die in eine Typenbildung mündet. Darüber hinaus werden die quantitativen Daten mit den Ergebnissen der qualitativen Kinder- und Elternbefragung triangulativ verknüpft.

Literatur

Baacke, D. (1989): Sozialökologie und Kommunikationsforschung. In: *Baacke, D./Kübler, H.-D.* (Hrsg.): Qualitative Medienforschung. Konzepte und Erprobungen. – Tübingen, S. 87-134.

Beentjes, J. W. J./Koolstra, C. M./Marseille, N./van der Voort, T. H. A. (2001): Children's Use of Different Media: For How Long an Why? In: *Livingstone, S./Bovill, M.* (Eds.): Children and Their Changing Media Environment. A European Comparative Study. – Mahwah, NJ/London, pp. 85-111.

Bronfenbrenner, U. (1981): Die Ökologie der menschlichen Entwicklung. – Stuttgart.

Facer, K./Joiner, R./Stanton, S/Reid, J./Hull, R./Kirk, D. (2008): Savannah: Mobile Gaming and Learning? Journal of Computer Assisted Learning, 20, 6, pp. 399-409.

Fritz, J. (2010): Computerspiele – Spielesozialisation. In: *Vollbrecht, R./Wegener, C.* (Hrsg.): Handbuch Mediensozialisation. – Wiesbaden, S. 269-277.

Fromme, J. (2003): Computer Games as a Part of Children's Culture. Game Studies, 3, 1. Online verfügbar unter: www.gamestudies.org/0301/fromme, Stand: 02.11.2012.

Fromme, J./Meder, N./Vollmer, N. (2000): Computerspiele in der Kinderkultur. – Opladen.

Fileccia, M./Fromme, J./Wiemken, J. (2010): Computerspiele und virtuelle Welten als Reflexionsgegenstand von Unterricht. – Düsseldorf.

Hengst, H. (2009): Generationale Ordnungen sind nicht alles. Über kollektive Identität und Erfahrungskonstitution heute. In: *Honig, M.-S.* (Hrsg.): Ordnungen der Kindheit. Problemstellungen und Perspektiven der Kindheitsforschung. – Weinheim/München, S. 53-77.

Hengst, H. (2003): Ein internationales Phänomen: Die neue soziologische Kindheitsforschung. In: *Orth, B./Schwietring, T./Weiß, J.* (Hrsg.): Soziologische Forschung: Stand und Perspektiven. – Opladen, S. 195-214.

Hengst, H. (2002): Zur Verselbstständigung der kommerziellen Kinderkultur. TelevIZIon, 15, 2, S. 45-51.

Honig, M.-S. (Hrsg.) (2009): Ordnungen der Kindheit. Problemstellungen und Perspektiven der Kindheitsforschung. – Weinheim/München.

Hug, T. (2010): Mobiles Lernen. In: *Hugger, K.-U./Walber, M.* (Hrsg.): Digitale Lernwelten. – Wiesbaden, S. 193-211.

JFF/Kopäd e.V. (Hrsg.) (2008): Mit Handy, Spielkonsole und Laptop: Allerorten mobil spielen. Online verfügbar unter: http://www.jff.de/dateien/Mobilspielen_JFF.pdf, Stand 02.11.2012.

Kabel, P. (2006): Spielplatz Deutschland. EA-Studie. Bd. 4. Hamburg.

Kafai, Y. B. (1996): Gender Differences in Children's Constructions of Video Games. In: *Greenfield, P. M./Cocking, R. R.* (Eds.): Interacting with Video. – Norwood, NJ. pp. 39-66.

Kaminski, W./Witting, T. (Hrsg.) (2007): Digitale Spielräume. Basiswissen Computer- und Videospiele. – München.

Klopfer, E. (2008): Augmented Learning: Research and Design of Mobile Educational Games. – Cambridge et al.

Krotz, F. (2008): Computerspiele als neuer Kommunikationstypus. Interaktive Kommunikation als Zugang zu komplexen Welten. In: *Quandt, T./Wimmer, J./Wolling, J.* (Hrsg.): Die Computerspieler. Studien zur Nutzung von Computergames. – Wiesbaden, S. 25-40.

Krotz, F. (2007): Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation. – Wiesbaden.

Kumar, A./Tewari, A./Shroff, G./Chittamuru, D./Kam, M./Canny, J. (2010): An Exploratory Study of Unsupervised Mobile Learning in Rural India. Online verfügbar unter: http://www.cs.cmu.edu/~anujk1/CHI2010.pdf, Stand: 02.11.2012.

Mayring. P. (2008): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. – Weinheim/ Basel.

MPFS (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest) (Hrsg.) (2011): KIM-Studie 2010. Kinder und Medien und Computer und Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland. Stuttgart. Online verfügbar unter: http://www.mpfs.de/fileadmin/KIM-pdf10/KIM 2010.pdf, Stand: 02.11.2012.

Mizuko, I. et al. (2009): Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out: Kids Living and Learning with New Media. – Cambridge.

Pachler, N./Bachmair, B./Cook, J. (2010): Mobile Learning. Structures, Agency, Practices. – New York et al.

Spikol, D./Milrad, M. (2008): Physical Activities and Playful Learning Using Mobile Games. Research and Practice in Technology Enhanced Learning, 3, 3, pp. 275-295.

Tamminen, S./Oulasvirta, A./Toiskallio, K./Kankainen, A. (2004): Understanding mobile contexts. Personal Ubiquitous Computing, 8, 2, pp. 135-143.

Tillmann, A./Hugger, K.-U. (2013, i.E.): Mediatisierte Kindheit – Aufwachsen in mediatisierten Lebenswelten. In: *Tillmann, A./Fleischer, S./Hugger, K.-U.* (Hrsg.): Handbuch Kinder und Medien.

Vollmer, N. (2000): Nutzungshäufigkeit und Spielvorlieben. In: *Fromme, J./Meder, N./Vollmer, N.* (Hrsg.): Computerspiele in der Kinderkultur. – Opladen, S. 28-46.

Zeiher, H. J./Zeiher, H. (1994): Orte und Zeiten der Kinder. Soziales Leben im Alltag von Großstadtkindern. – Weinheim/München.

Zinnecker, J. (1990): Vom Straßenkind zum verhäuslichten Kind. Kindheitsgeschichte im Prozess der Zivilisation. In: *Behnken, I.* (Hrsg.): Stadtgesellschaft und Kindheit im Prozess der Zivilisation. Konfigurationen städtischer Lebensweise zu Beginn des 20. Jahrhunderts. – Opladen, S. 142-162.

Internetquellen

Flurry Analytics, www.flurry.com, Stand 02.11.2012

Newzoo, www.newzoo.com, Stand: 02.11.2012