

Suchtprävention

# Free To P(l)ay - Kostenlose Onlinespiele

**Abzocke und Gefährdend oder Fair und Unbedenklich?**

# Themen

1. Umsätze und Gewinne durch digitale Spiele
2. Nutzerforschung bei digitalen Spielen
3. Onlinesucht: Wie wird aus Spaß Zwang?
4. Medienerziehung und Medienkompetenz

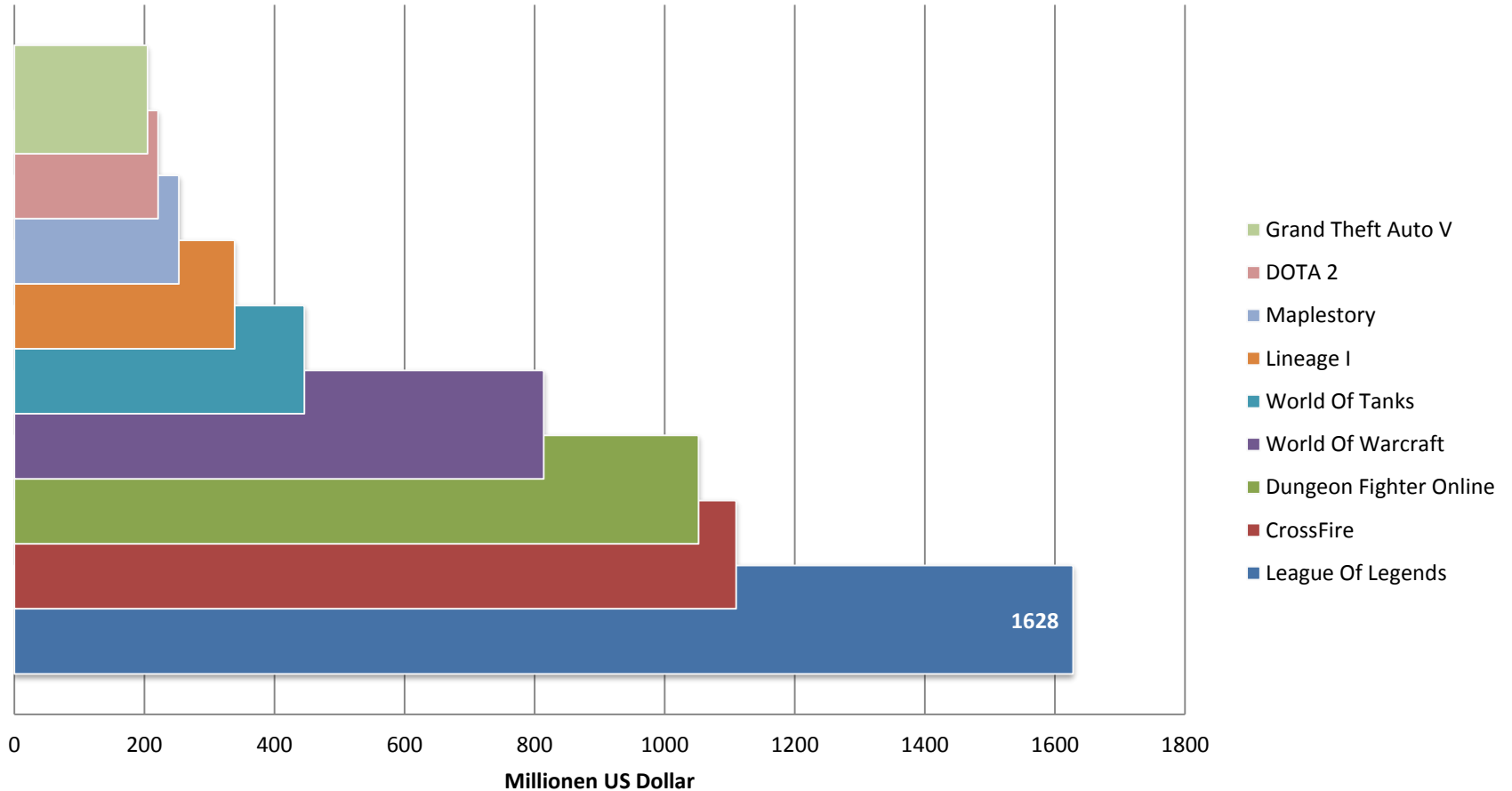
"Game design is not about game design anymore -- now it's about business."

- Christopher Schmitz, ehem. Executive Producer bei Ubisoft Blue Byte

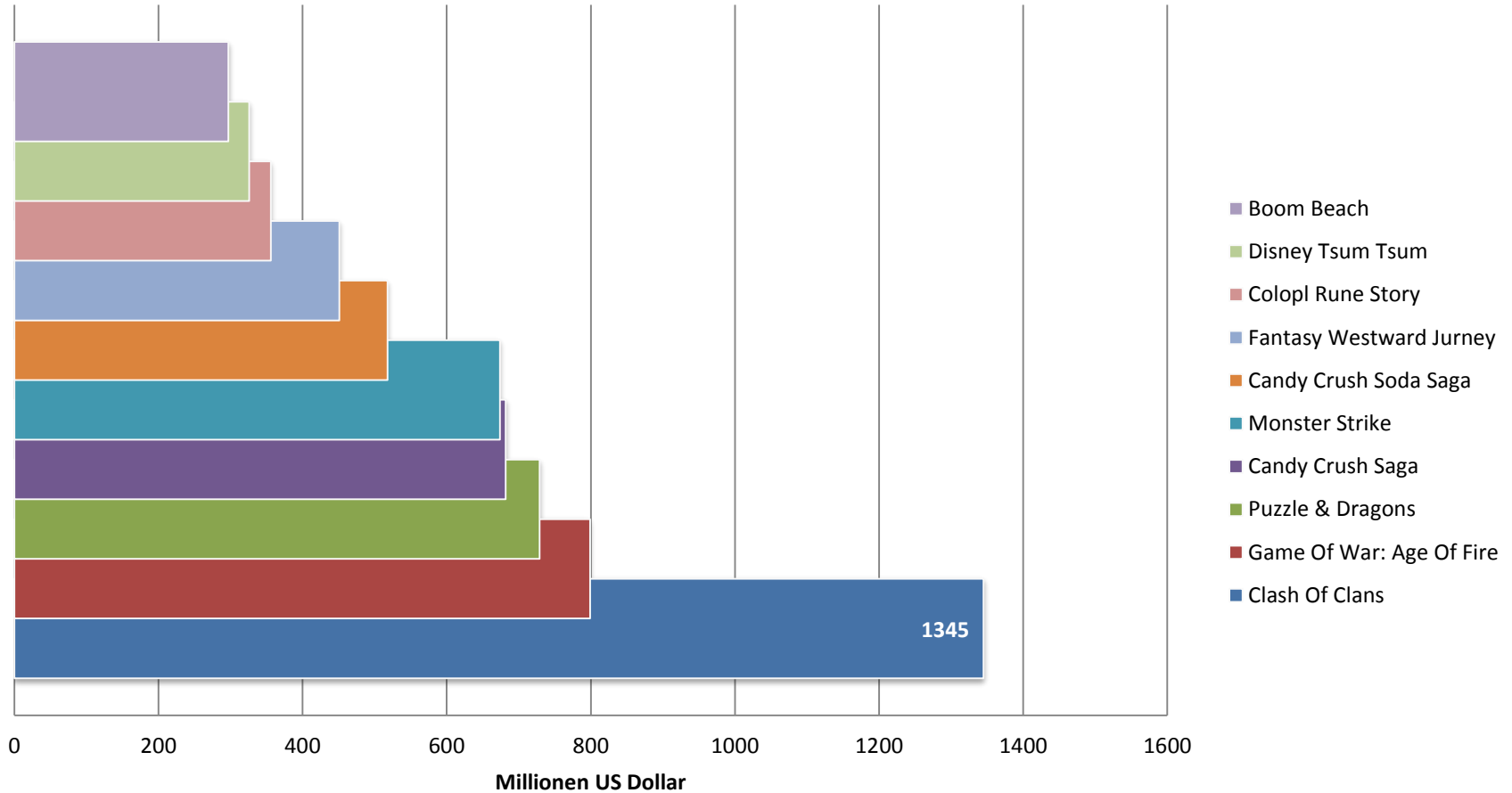
# Beispiele beliebter Onlinegames



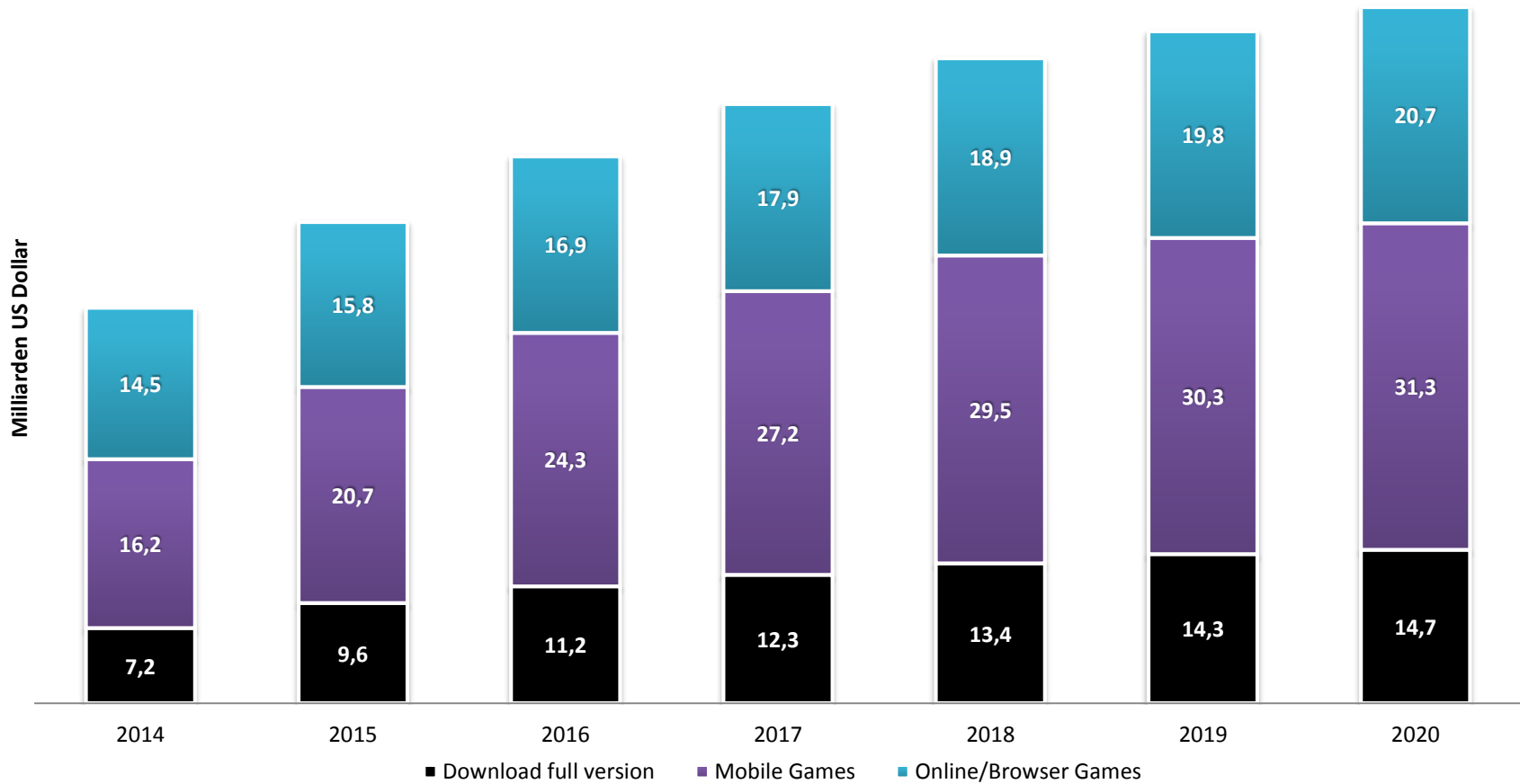
# Umsatzstarke PC-Spiele 2015 (Global)



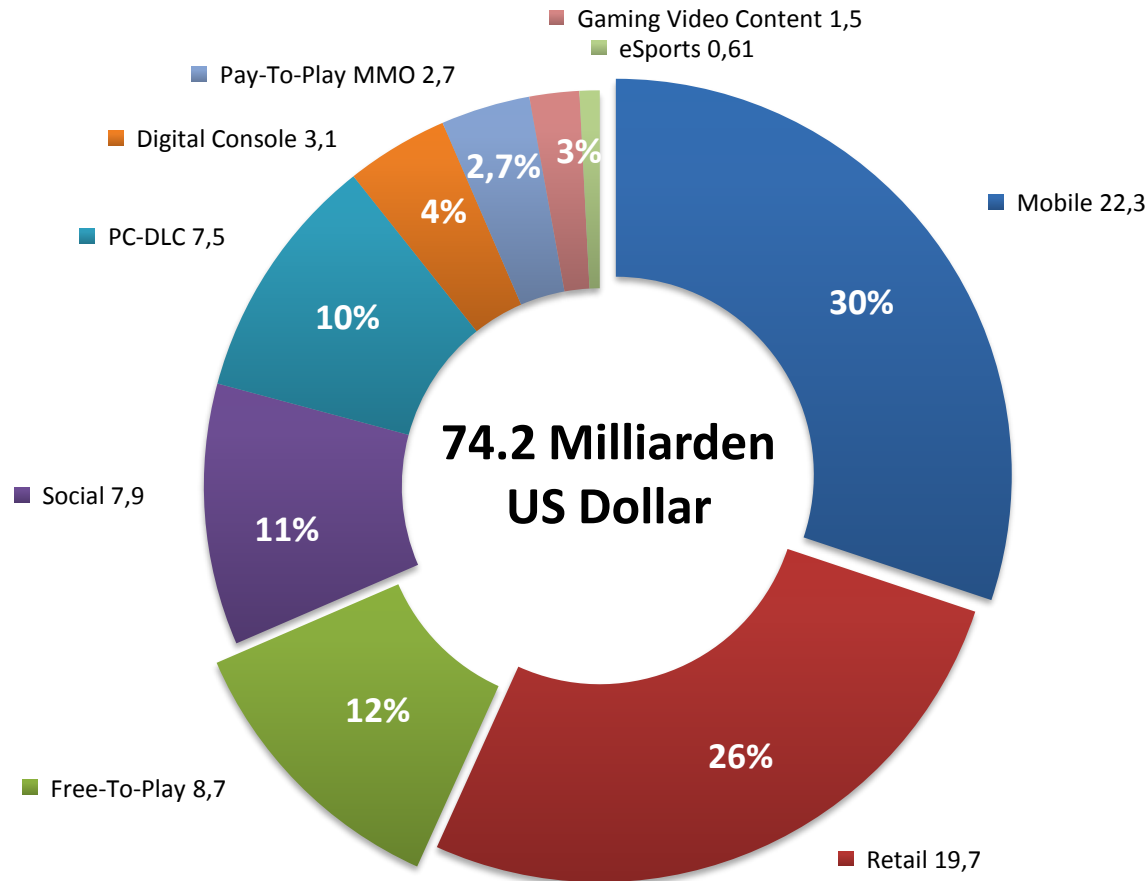
# Umsatzstarke Mobile-Spiele 2015 (Global)



# Prognostizierte Umsätze digitaler Spiele 2014-2020

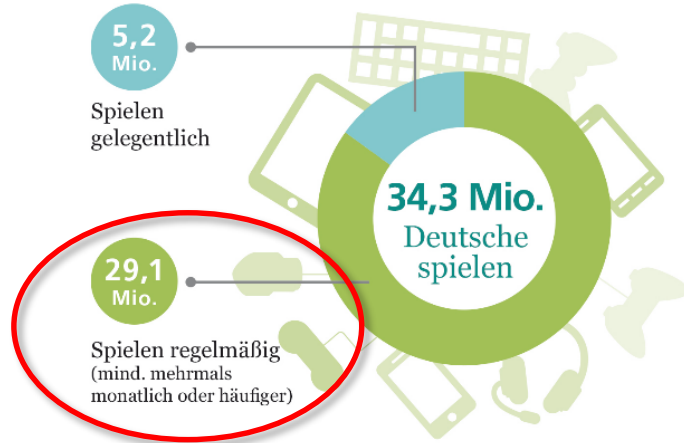


# Umsatz digitaler Spiele 2015 (Global)

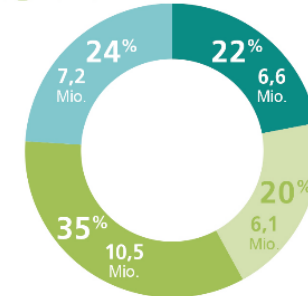
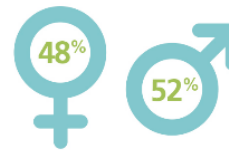




# Nutzer digitaler Spiele in Deutschland 2014



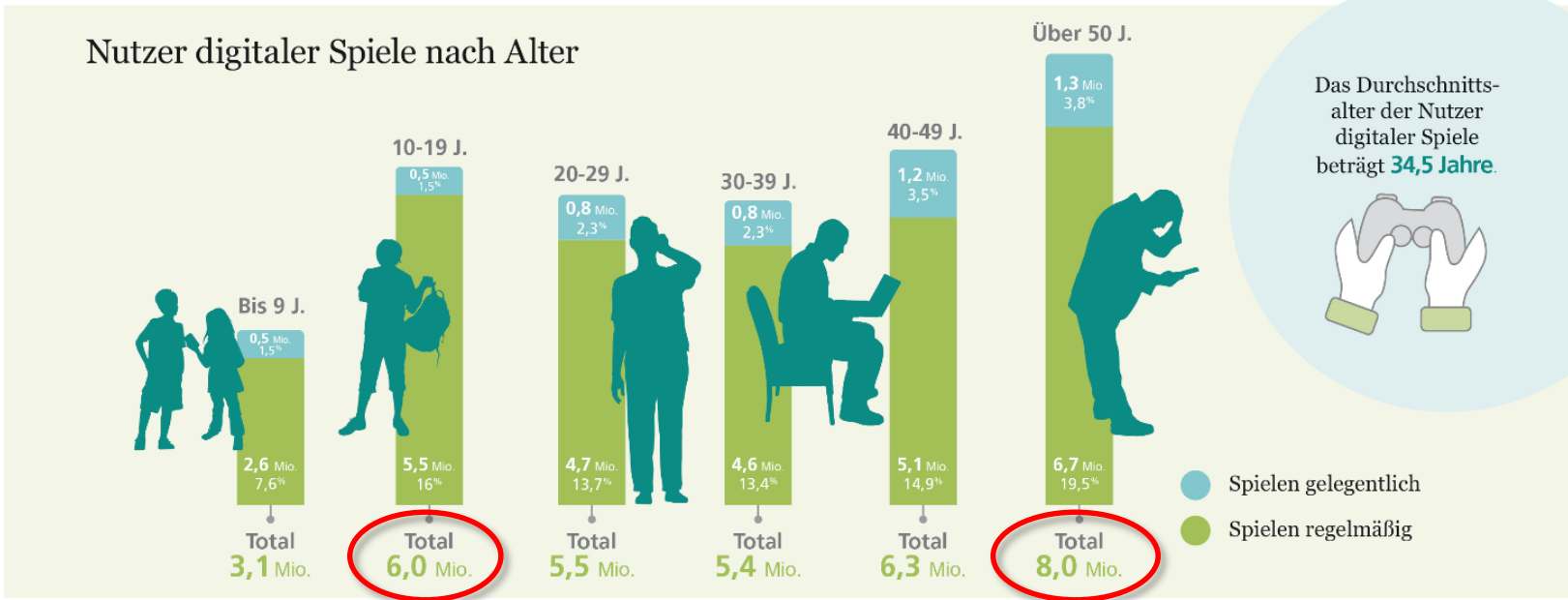
"Knapp jeder zweite Deutsche spielt mittlerweile digitale Spiele - Tendenz steigend. Das zeigt, dass Spiele für immer mehr Menschen fester Bestandteil ihres Medienalltags geworden sind."



## Bildungsgrad

- Hochschule
- Mittlere Reife
- Abitur
- Hauptschule

## Nutzer digitaler Spiele nach Alter



Das Durchschnittsalter der Nutzer digitaler Spiele beträgt **34,5 Jahre**.

# Ausgaben deutscher Gamer

## Umsatz Gesamtmarkt Spiele-Software

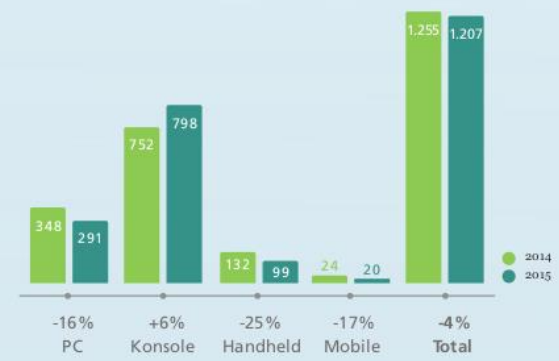


Durchschnittliche **Ausgaben pro Monat** von zahlenden Nutzern für Spiele nach Geschäftsmodell und Plattformen 2015.



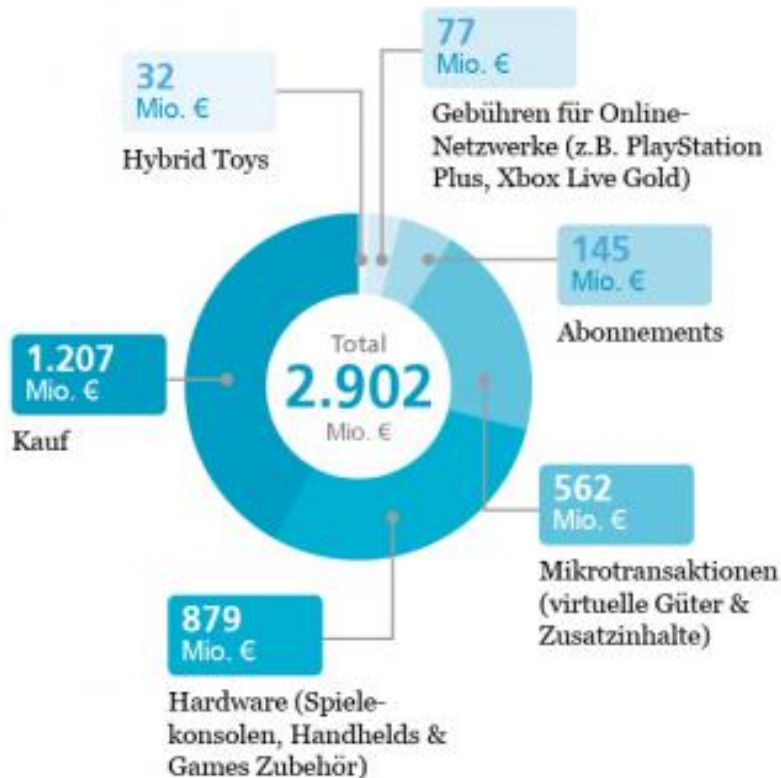
„Seit Jahren sind Computer- und Videospiele der dynamischste Kultur- und Medienmarkt in Deutschland, auch 2015 ist der Markt unbeeinträchtigt weiter gewachsen. Die ständigen Innovationen und die besondere Kreativität der Games-Branche erschaffen immer wieder neue Produkte, Plattformen und Marktmodelle. Free-to-Play-Spiele sind hierfür ebenso ein Beispiel wie die sogenannten Hybrid Toys.“

## Teilmarkt: Einmaliger Kauf von digitalen Spielen (Angaben in Mio. €)

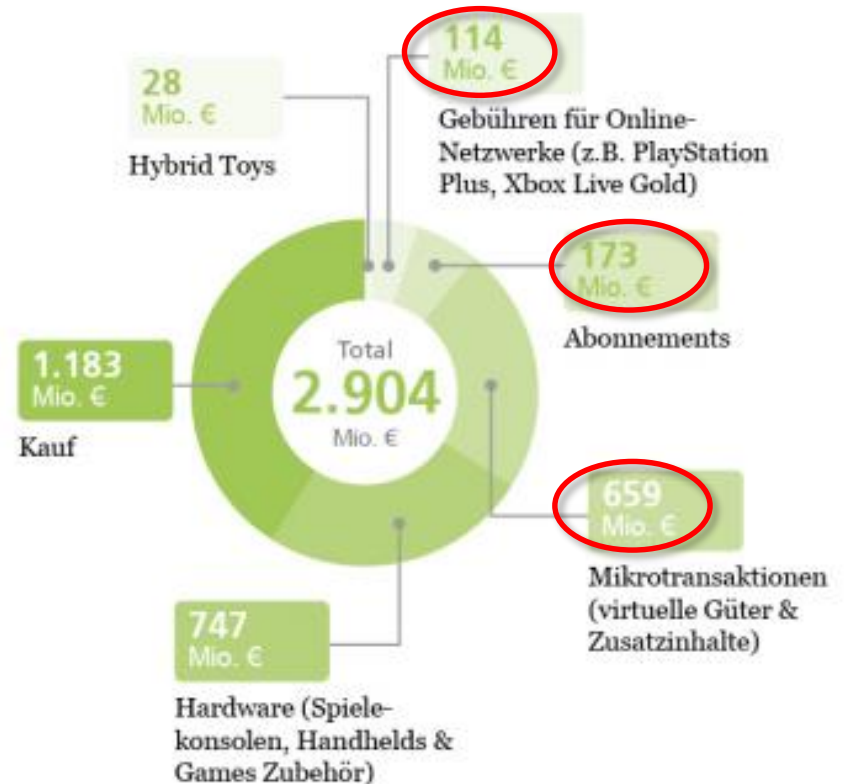


# Entwicklung deutscher Computerspielemarkt

2015



2016



# Take Home Message

- Die weltweit agierende Games-Branche ist größer und schwerer als die gesamte Filmindustrie.
- Gewinne in Milliardenhöhe werden hauptsächlich mit Mobil- und Onlinespielen erzielt.
- In Deutschland spielen rund **29,1 Millionen Menschen** regelmäßig. Die nutzerstärksten Gruppen liegen dabei in den Altersbereichen von **10-19 und ab 40 Jahren**.
- Im Jahr 2015 gaben Gamer in Deutschland im Durchschnitt etwa **12 Euro im Monat** für Mikrotransaktionen aus.
- Die deutsche Branche verdiente im Jahr 2015 rein über das Free-To-Play-Modell ca. **562 Millionen Euro**.

"That's a huge burden and a big change from what we've done before, we have to bring them in and keep them addicted and make them keep playing."

*- Teut Weidemann, Berater für Online Entertainment*

# Take Home Message

- Hersteller von digitalen Spielen verfügen über zahlreiche Instrumente zur Analyse des User-Verhaltens wie z.B. Eye-Tracking oder Big Data.
- Free To Play beinhaltet immer Bezahlschranken (Pay-wall), welche den Nutzer häufig in spannenden Momenten ausbremst und Sie/Ihn zum Bezahlen anhalten soll.
- Sozialer Status oder Druck (Skins, Items etc.) sollen Nutzer ebenso animieren Geld im Spiel auszugeben.
- Bezahlssystem sind häufig jugendfreundlich gestaltet. Beispiel: „Prepaid Cards“ aus dem Supermarkt, mit denen auch Musik oder Filme online gekauft werden können.
- Kosten von Microtransactions werden durch Umwandlung in virtuelle Währung mit krummen Faktoren verschleiert.



# Appgelenkt?



# Take Home Message

Wie können Sie eine/einen Betroffene(n) zur Selbstinformation oder Beratung motivieren?

- Bleiben Sie unabhängig vom Ausgang im Gespräch mit Betroffenen.
- Wählen Sie einen günstigen Zeitpunkt und Ort für ein Gespräch zu welchem Betroffene auch zugänglich sind.
- Verwenden Sie „Ich-Botschaften“. vermeiden Sie also Sätze mit „Du“.
- Üben Sie keines Falls Druck aus oder stigmatisieren sie die Betroffenen!



# Take Home Message

- Sprechen Sie über die eigenen Gefühle und Sorgen in Bezug auf die Situation von Betroffenen.
- Schlagen Sie Betroffenen vor sich eigenständig zum Thema zu informieren.
- Überlassen Sie die Entscheidungen über das weitere Vorgehen der betroffenen Person!
- Wiederholen Sie Gespräche zum Thema in sinnvollen Abständen.
- Schlagen Sie bei (Teil-) Einsicht den, sofern gewünscht auch gemeinsamen, Besuch in einer Beratungsstelle zum Erhalt weiterer Informationen vor.

## Papa (36) zeigt seinem Kind dieses Bild einer Floppy-Disk...



Kind (12): Oh, cool! Du hast das Save-Icon ausgedruckt!

# Medien als Teil der Umwelt

- Medien als integralen Bestandteil der Welt von Kindern und Jugendlichen verstehen.
- Statt fernhalten schrittweise Sozialisierung mit Medien anstreben.
- Auf angemessenes Tempo und den Ereignishorizont der Kinder und Jugendlichen achten.

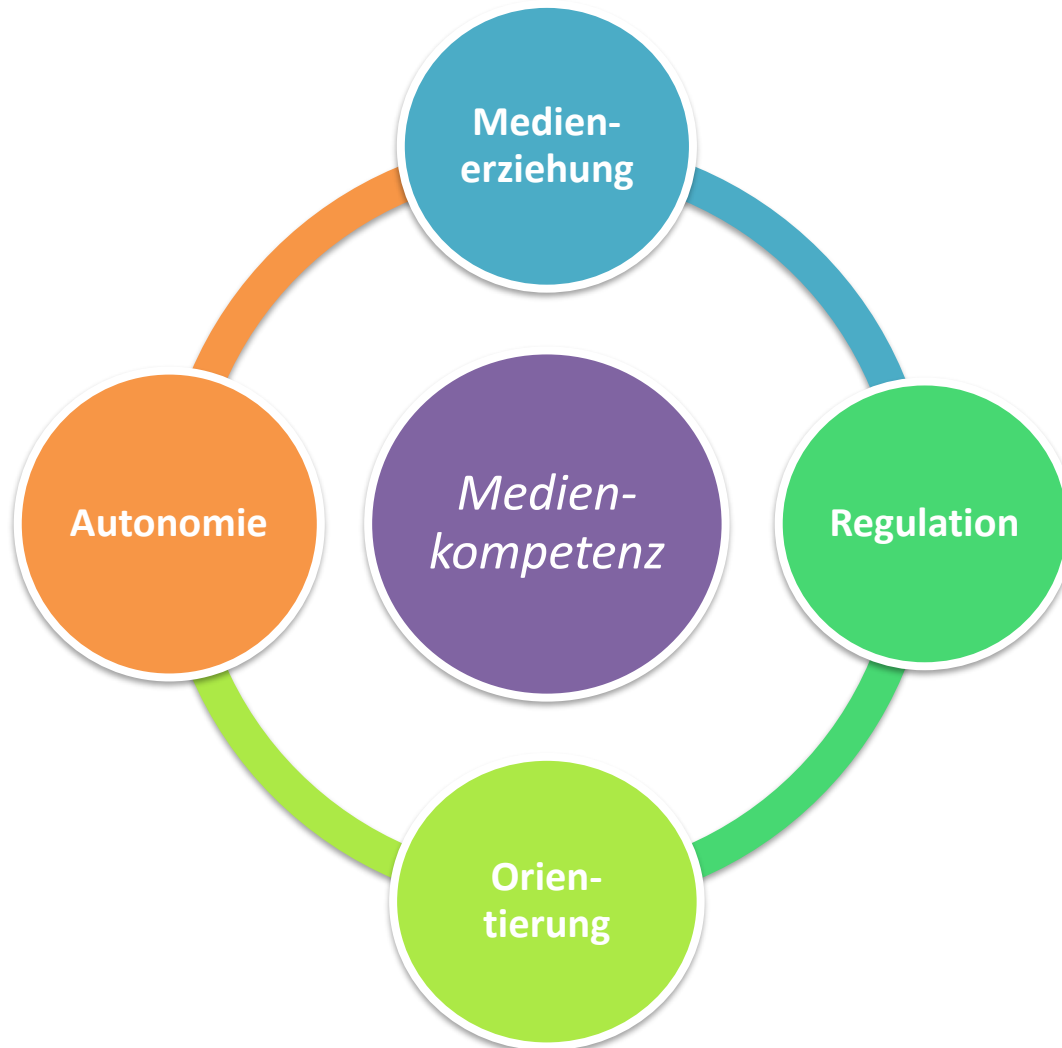
# Medienerziehung im Alltag

- Vorbildfunktion von Älteren nutzen um Kindern und Jugendlichen Orientierung zu geben.
- Wissen wann, wo, wie und warum nutzen Kinder und Jugendliche Medien.
- Persönliche Interessen, Lebenswelt, Erziehungsmodell, Einstellung der Eltern und Konzept der Medienerziehung beachten.
- Regulation und Autonomie müssen auf Linie mit der Lebenswelt und Entscheidungen aller Beteiligten sein.

# Medienorientierung

- Wissen welche Geräte oder Inhalte Kinder und Jugendliche konsumieren.
- Klare Orientierung bieten was und wie lange konsumiert werden darf (Zeit-Budget).
- Kindern und Jugendlichen eine Umgebung bieten das Erlebte zu verarbeiten.
- Kinder und Jugendliche die Erlebnisse erklären und erzählen lassen und echtes Interesse daran zeigen.

# Spannungsfeld Medienkompetenz



# Free To P(l)ay

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

## Kontakt:

**Christian Schaack**  
**Referent Suchtprävention**

**Landeszentrale für Gesundheitsförderung in Rheinland-Pfalz e.V.**

**Hölderlinstraße 8**  
**55131 Mainz**

**Fon: 06131-2069-46**

**Fax: 06131-2069-69**

**Mail: [cschaack@lzg-rlp.de](mailto:cschaack@lzg-rlp.de)**

**Weitere Informationen unter:**

**[www.lzg-rlp.de](http://www.lzg-rlp.de)**

## Literatur

KNOP, K., HEFNER, D., SCHMITT, S., & VORDERER, P. (2015). Mediatisierung Mobil. *Handy- und mobile Internetnutzung von Kindern und Jugendlichen Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen. Schriftenreihe Medienforschung*, 77, 1051-1063.

American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders (DSM-5®)*. American Psychiatric Pub.

Quelle: Wölfling, K., Jo, C., Bengesser, I., & Beutel, M. E., Müller, K. W. (2012). *Computerspiel- und Internetsucht: Ein kognitiv-behaviorales Behandlungsmanual*. Kohlhammer Verlag.

Dreier, M., Duven, E., Müller, K. W., Beutel, M. E., Behrens, P., Holtz, S., ... & EU NET ADB, K. (2013). Studie über das Internetsuchtverhalten von europäischen Jugendlichen.

Internetsucht im Kinderzimmer, DAK & DZS (2015)

Miller, W. R., & Rollnick, S. (2015). Motivierende Gesprächsführung. *Suchttherapie*, 16, 195.

Dreier, M., Chaudron, S., Beutel, M.E., Schaack, C., Müller, K.W. & Wölfling, K. (2014). Young Children (0-8) and Digital Technology. A Qualitative Exploratory Study – National Report – Germany. Outpatient Clinic for Computer Game and Internet Addictive Behaviour Mainz/ Clinic and Polyclinic for Psychosomatic Medicine and Psychotherapy at the University Medical Center of the Johannes Gutenberg-University Mainz, Mainz: Young Children (0-8) and Digital Technology.

Süss, D., Lampert, C., & Wijnen, C. W. (2010). *Medienpädagogik. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.*

# Designverweise und Bildquellen

## Foliendesign und Rechte:

03: Produktionsablauf digitaler Spiele: Idee und Design, Schaack C. (2013)

16: User Feedback Analysis: Idee und Design, Schaack C. (2013)

17, 18: Methoden der Nutzeranalyse: Idee und Design, Schaack C. (2013)

19: Free To Play am Beispiel Browsergame: Idee Dreier M., Umsetzung und Design Schaack C. (2014)

34: Spannungsfeld Medienkompetenz: Idee und Design Schaack C. (2014)

## Verwendete Bildquellen

<http://capstoneadvancementpartners.com/cap-wp/fundraising-is-not-rocket-science/>

<http://www.gim-radar.de/florian-reinhard-pos-forscher-mit-der-hand-der-scheibe/>

<http://hit.psy.unipd.it/Neuro-Physiological>

<http://885thejewel.com/beware-the-smombies/>

<http://www.guyaneseroots.com/floppy-disk/>



# Literatur und Links

## Literatur

- KNOP, K., HEFNER, D., SCHMITT, S., & VORDERER, P. (2015). Mediatisierung Mobil. *Handy-und mobile Internetnutzung von Kindern und Jugendlichen Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen. Schriftenreihe Medienforschung, 77*, 1051-1063.
- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders (DSM-5®)*. American Psychiatric Pub.
- Quelle: Wölfling, K., Jo, C., Bengesser, I., & Beutel, M. E., Müller, K. W. (2012). Computerspiel-und Internetsucht: Ein kognitiv-behaviorales Behandlungsmanual. Kohlhammer Verlag.
- Dreier, M., Duven, E., Müller, K. W., Beutel, M. E., Behrens, P., Holtz, S., ... & EU NET ADB, K. (2013). Studie über das Internetsuchtverhalten von europäischen Jugendlichen.
- Internetsucht im Kinderzimmer, DAK & DZS (2015)
- Miller, W. R., & Rollnick, S. (2015). Motivierende Gesprächsführung. *Suchttherapie*, 16, 195.
- Dreier, M., Chaudron, S., Beutel, M.E., Schaack, C., Müller, K.W. & Wölfling, K. (2014). Young Children (0-8) and Digital Technology. A Qualitative Exploratory Study – National Report – Germany. Outpatient Clinic for Computer Game and Internet Addictive Behaviour Mainz/ Clinic and Polyclinic for Psychosomatic Medicine and Psychotherapy at the University Medical Center of the Johannes Gutenberg-University Mainz, Mainz: Young Children (0-8) and Digital Technology.
- Süss, D., Lampert, C., & Wijnen, C. W. (2010). *Medienpädagogik. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.*

## Links

- [http://www.gamasutra.com/view/news/120784/GDC\\_Europe\\_To\\_Succeed\\_In\\_FreeToPlay\\_Exploit\\_Human\\_Weaknesses.php](http://www.gamasutra.com/view/news/120784/GDC_Europe_To_Succeed_In_FreeToPlay_Exploit_Human_Weaknesses.php)
- [http://vgsales.wikia.com/wiki/Video\\_game\\_costs](http://vgsales.wikia.com/wiki/Video_game_costs)
- <https://www.superdataresearch.com/blog/us-digital-games-market/>
- <http://www.statista.com/statistics/456595/digital-game-revenue-category-digital-market-outlook-worldwide/>
- <http://de.slideshare.net/StephanieLlamas/super-data-global-games-market-report-may2015>
- <https://www.biu-online.de/marktdaten/#Infografik>
- <https://www.biu-online.de/blog/2017/04/04/starke-nachfrage-nach-computer-und-videospielen-umsatz-waechst-um-7-prozent/>
- <http://www.lfm-nrw.de/service/veranstaltungen-und-preise/studienpraesentationen/always-on.html>
- <http://psychiatryonline.org/doi/book/10.1176/appi.books.9780890425596>
- [https://www.unimedizin-mainz.de/fileadmin/kliniken/verhalten/Dokumente/EU\\_NET\\_ADB\\_Broschuere\\_final.pdf](https://www.unimedizin-mainz.de/fileadmin/kliniken/verhalten/Dokumente/EU_NET_ADB_Broschuere_final.pdf)
- [http://www.dak.de/dak/download/Forsa\\_Studie\\_Internetsucht\\_im\\_Kinderzimmer-1728400.pdf](http://www.dak.de/dak/download/Forsa_Studie_Internetsucht_im_Kinderzimmer-1728400.pdf)