

Elternmedienabend «Games»

Judith Mathez, Pädagogische Hochschule FHNW

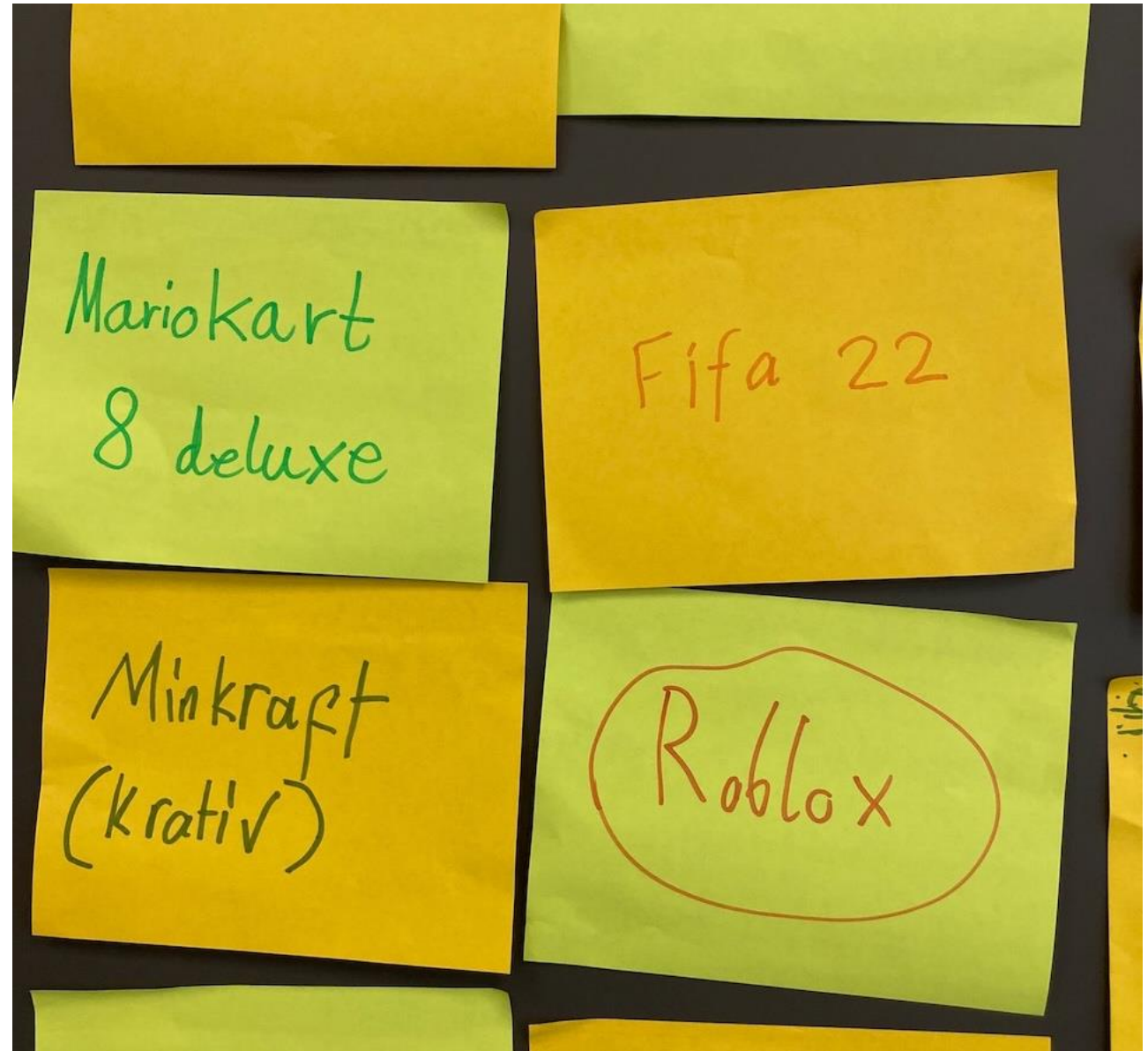
2. November 2023



Inhalt

- Games in Schweizer Kinderzimmern: Facts & Figures
- Games als Türöffner für Gespräche
- Games und Geld, *Dark Patterns*
- Der psychologisch-pädagogische Blick auf Games: Verstärkerpläne, Risiko- und Schutzfaktoren
- Tipps zum Umgang mit Games in der Familie

Bild: imedias



Game Domain an der PH FHNW

- Seit über 10 Jahren Erfahrung mit eigens ausgestatteten Räumen in Brugg-Windisch
- Seit 2016 Community mit Game-affinen Lehrpersonen aller Stufen
- Verschränkung von Unterrichtspraxis, Weiterbildung, Ausbildung und Beratung
- Ein Teilnehmer: «Besten Dank für die Horizonterweiterungen, welche ich durch euch erfahren durfte.»

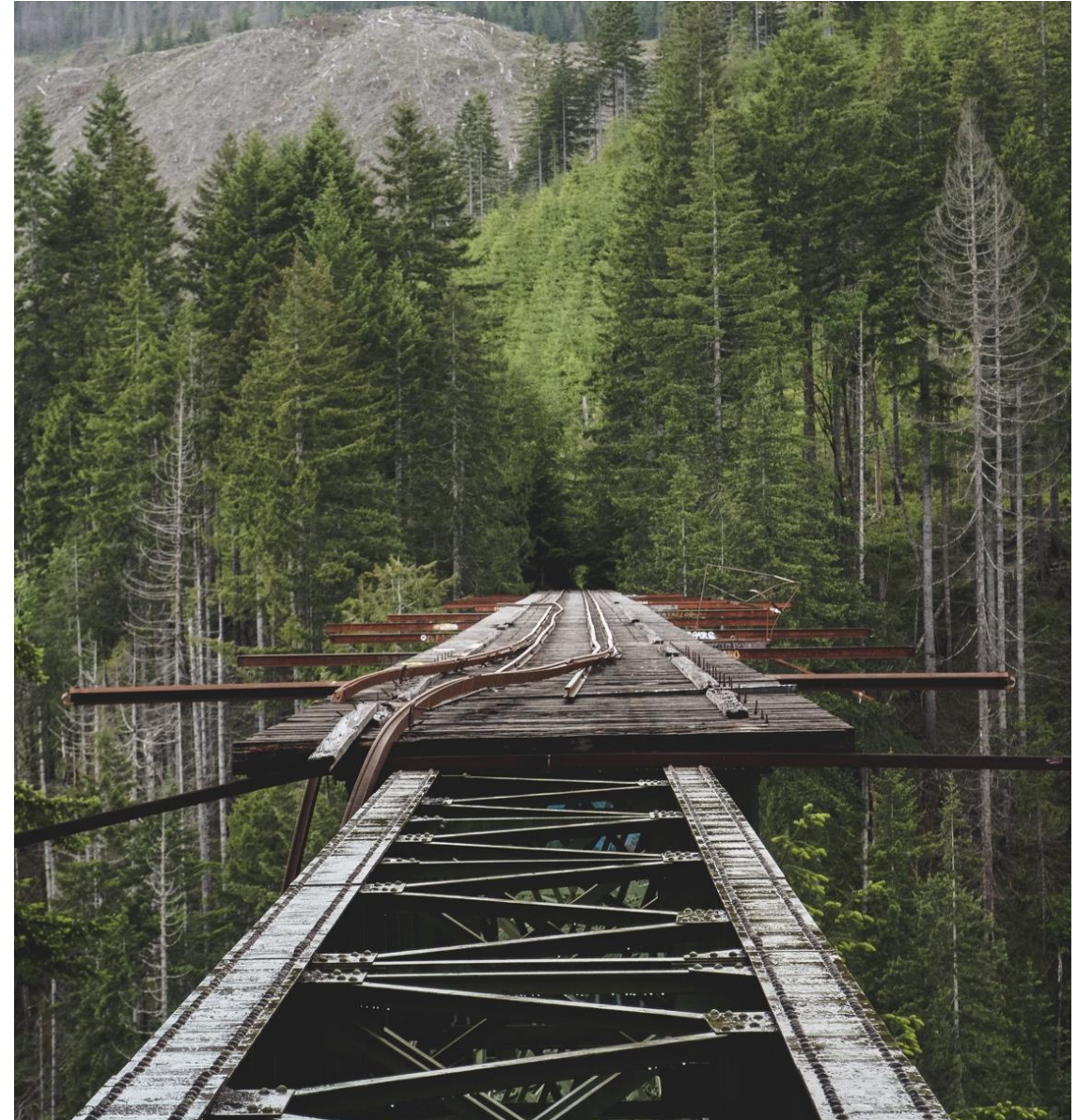
Bild: Desborough/imedias



Facts & Figures

- Gamen gehört zum Alltag von Kindern in der Schweiz: Platz 4 der Freizeitaktivitäten mit Medien
- 77% Jungen und 51% Mädchen gamen im Kindesalter mindestens einmal pro Woche, mehr als ein Drittel der Jungen jeden Tag. Im Jugendalter: 65% der Jungen und 19% der Mädchen täglich oder mehrmals pro Woche
- Gut die Hälfte der Haushalte mit Kindern verfügt über mindestens eine Spielkonsole. Ein eigenes Handy bekommen die meisten Kinder zwischen 10 und 14 Jahren.
- 72% der Eltern gamen nie oder fast nie
- Jungen berichten weniger gern über ihre Online-Erlebnisse als Mädchen

Datenquellen: MIKE-Studie 2021, JAMES-Studie 2022, EU Kids Online Schweiz
Bild: Ruben Mishchuk @ Unsplash



Lieblings-Games Kinder und Jugendliche Schweiz



Datenquellen: MIKE-Studie 2021; JAMES-Studie 2020
Bild: imedias



Abbildung 32: Beliebteste Games



Abbildung 39: Lieblingsgames

Let's Plays, Let's Player- *innen, Game-Streaming

- Let's Plays und Game-Streaming als jugendkulturelles Phänomen. 41% der Mittelstufenkinder schauen mindestens einmal pro Woche auf YouTube Let's Plays.
- Populär: Gronkh, Paluten, Trymacs, Papaplatte etc.
- Auf YouTube ist die Gamesbranche am lukrativsten. Vergütung über Views und Klicks: rund 1–2 EUR pro 1'000 Videoaufrufe, Affiliate Marketing in der Videobeschreibung, Produkt-Sponsoring, bezahlte Videos
- Twitch: Vergütung über kostenpflichtige Abos, Werbeeinblendungen, Spenden

Datenquelle: MIKE-Studie 2019/2021
Bildquelle: Paluten@YouTube



Games als Türöffner für Gespräche

- Welches ist dein Lieblingsspiel? Worum geht es? Was ist das Spielziel? Was macht das Spiel besonders?
- Warum gefällt dir genau dieses Spiel so gut?
- Spielst du allein oder mit anderen zusammen? Online oder offline?
- Woher hast du das Wissen rund um Games?

Credits: CAS PICTS 2020/21

Halo auf Xbox One, Schüler, 11 Jahre

1. "Halo ist einfach cool. Ich mag besonders den Masterchief."
2. Ich spiele Online und habe auch Freunde aus anderen Ländern mit denen ich mich regelmässig treffe und dann Englisch, Russisch oder Deutsch mit Ihnen spreche. Das mag ich.

Among us/Brawl Stars/Roblox (Knabe 6. Klasse)

- 1) Es ist mega cool mit allen anderen zu gamen. Immer nach der Schule machen wir ab auf Teams und entscheiden uns, welches Game wir gamen.
- 2) Ich weiss, ich bin schon ein bisschen süchtig. Meine Eltern haben mir eine Sperre eingestellt. Nach 2 Stunden stellt das iPad ab. (Mit Ämtli kann das Kind mehr Zeit verdienen ;-)

Fortnite, Felix 12 Jahre alt

1. Ich kann mich ausserhalb der Schule, auch später am Abend noch online mit meinen Freunden zum Spielen treffen.
2. Die Welt ist immer anders, immer spannend und interessant.
3. Es gibt mega coole Skins, Tänze und Musik.
4. Ich kann mich über Stunden beschäftigen und es wird mir nie langweilig.

Fortnite, Junge 10 Jahre

1. Ich kann nicht nur gegen andere kämpfen, ich kann auch in einem Team spielen (mit Klassenkameraden). Ich kann auch kreativ sein und muss nicht unbedingt töten.
2. Ich spiele Fortnite, damit ich Stress abbauen kann. Ich weiss, dass Fortnite süchtig machen kann, ich bin es aber nicht.

Roblox Spielplattform, Junge, 6. Klasse

1. "Man kann selber Programmieren, aber es gibt auch sonst viele Spiele. Ich finde Rollenspiele gut, das Militärspiel mit Aufstiegsmöglichkeiten gefällt mir besonders. Es gibt harte Regeln, Schimpfwörter geben eine Verwarnung, bei drei wirst du blockiert. Gut gibt es auch Moderatoren, die Helfen."

Games als Türöffner für Gespräche

- Gegenseitige Hemmungen, über das Thema Games zu sprechen. Gesprächsanlässe schaffen
- Eltern, Lehr- und Betreuungspersonen: Interesse signalisieren und verbalisieren
- Offenheit für das Thema mitbringen, Orientierung bieten
- Auch negative Aspekte können so besser besprochen werden: Präventionseffekt



Abbildung und Credits: Veronika Huber & Fabian Zehnder

Sammlung Lieblingsspiel, Gefühle und Regeln

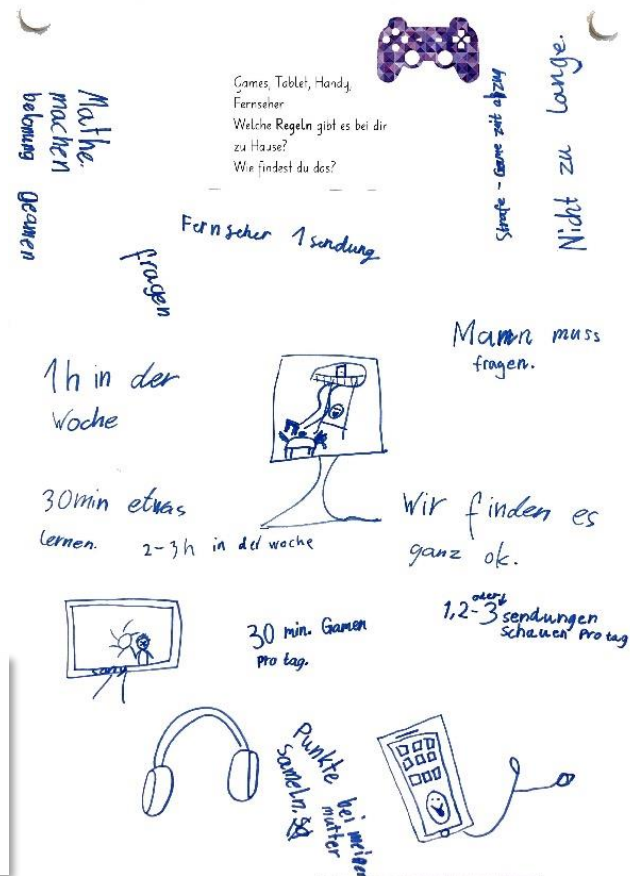


Bilder: Barbara Lerjen, imedias

glücklich
wen ich
gewinne nervös

Ich fühle mich
wohl wenn andere
mit mir spielen

manchmal nervt ich
MICH über mich selbst.



Kreative Auseinandersetzung mit Games: Remake



Bilder: 3. Klasse Barbara Lerjen, Christine Eckstein

Erweiterung der Gameerfahrung – Kulturelle Bildung



«Games gehören zu den prägendsten Kulturformen des 21. Jahrhunderts.»

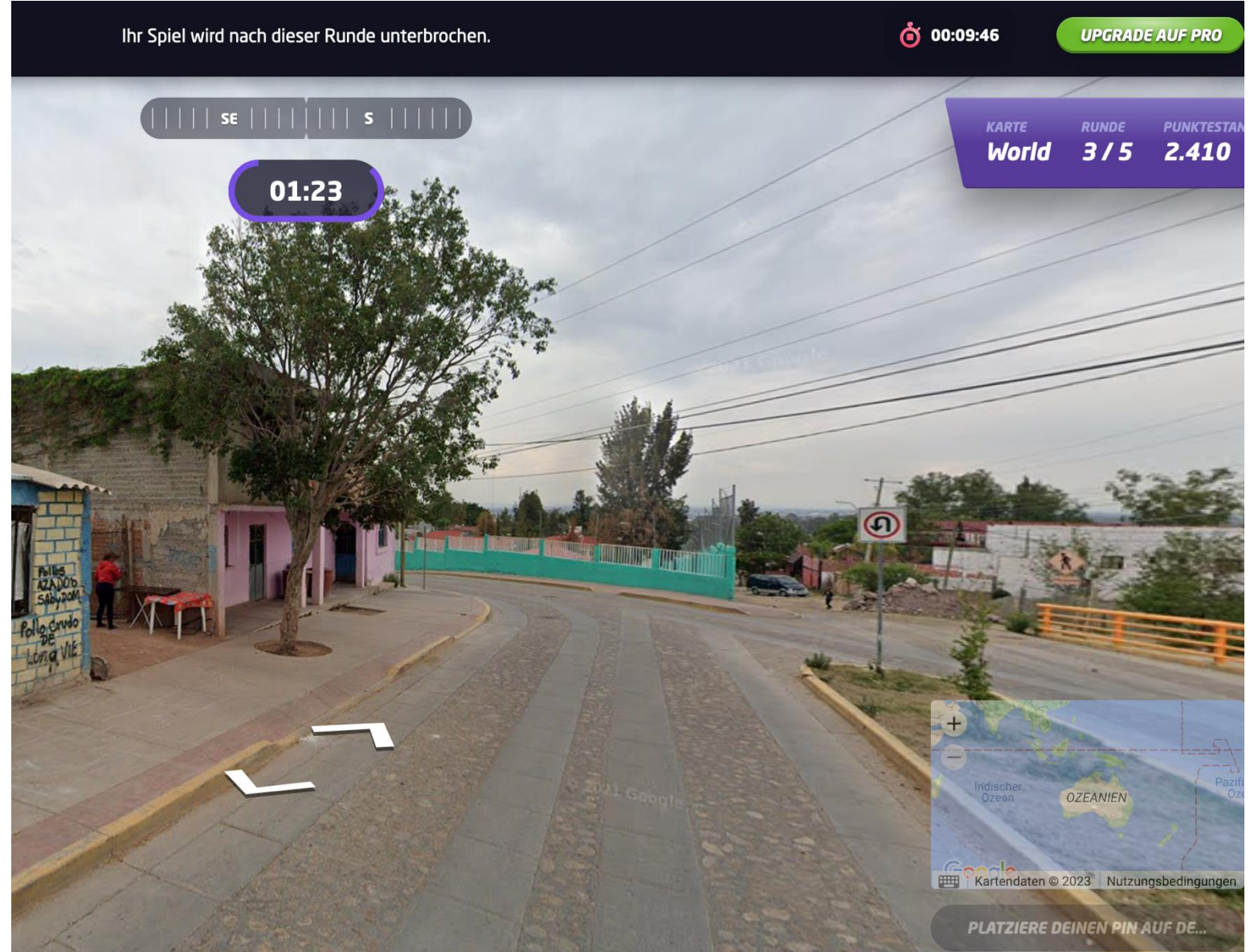
Alain Berset

Bilder: Jasmin Fehlmann, Schule Entfelden; Zitatquelle: <https://prohelvetia.ch/de/press-release/gamescom-2019-alain-berset/>

Lernen mit Games

Beispiel «GeoGuessr»: Die ganze Welt als Spielwelt

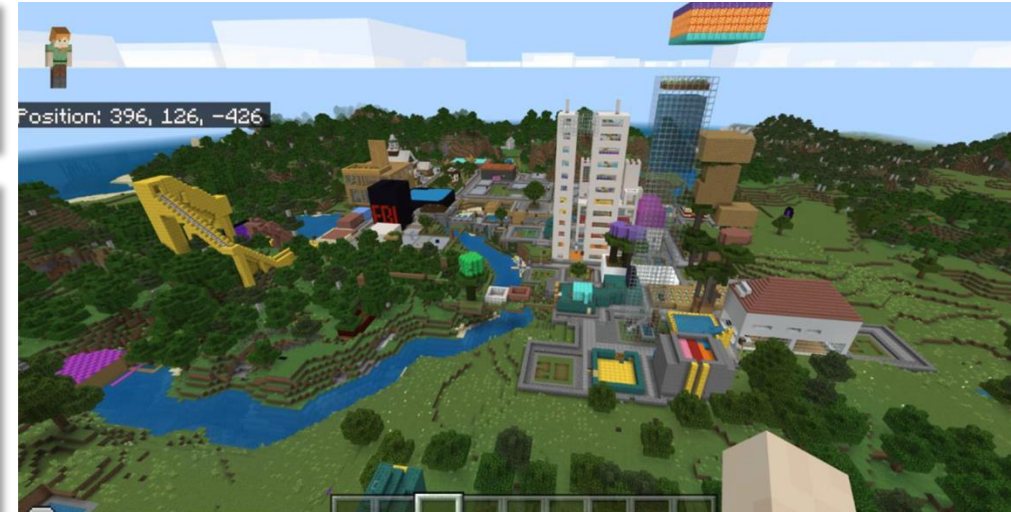
Bild: <https://www.geoguessr.com/>



Während der Bauphase entwickelte sich ein Austausch zwischen den SuS. Nachdem sich zunächst viele SuS noch mit Fragen an mich wendeten, übernahmen bald die fortgeschrittenen SuS mit Tipps und Hilfestellung. Ein Mädchen, das schulisch grosse Schwierigkeiten hat, blühte förmlich auf, da es konstant um Hilfe gefragt wurde. So konnte ich mich vor allem auf das Lösen von technischen Problemen und Beobachten der SuS konzentrieren.

Mittlerweile waren die SuS dem Minecraft-Fieber verfallen, sodass sie auch während der Pausen in den Büchern nach neuen Ideen stöberten, sich über ihre Bauten austauschten und an den Lego-Sets weiterbauten. Es fanden nun auch erste M:EE Multiplayer-Spiele in der Freizeit statt.

Sehr gefreut hat mich gegen Ende des Projekts ein Telefongespräch mit der Mutter, welche beim letzten Elterngespräch Besorgnis geäussert hatte (s. Ende [Kapitel 3.1](#)). Ihr Sohn habe sozial sehr von dem Projekt profitiert. Als Einzelkind falle es ihm oft nicht einfach, Kontakte zu knüpfen. Nun aber habe er per Telefon Klassenkameraden zu einem Multiplayer-Spiel eingeladen und ihnen den Code durchgegeben. Im Spiel haben sie per Chat kommuniziert. Als bei den anderen die tägliche von den Eltern festgelegte Computerzeit abgelaufen war, trafen sie sich bei ihm zu Hause und diskutierten im Garten, wie sie die Welt weiterentwickeln wollten.



Das M:EE-Projekt empfand ich als sehr spannend und lehrreich in vielen Aspekten. Ich lernte meine SuS nochmals von ganz neuen Seiten kennen. Es war mir z.B. nicht bewusst, wie weit fortgeschritten die Englischkenntnisse einer meiner Schülerinnen bereits sind. Sie spielt zu Hause oft Minecraft (und auch andere Computerspiele) in der englischen Version und hat so bereits ein grosses Vokabular aufgebaut. Hingegen bestätigten zum Beispiel die Formen und Einrichtungen der individuellen Häuser Charaktereigenschaften der SuS, die ich im täglichen Unterricht ebenfalls beobachten kann. Zum Beispiel baute ein Mädchen, welches immer strikt nach Anweisung arbeitet und einen klaren Rahmen im Unterricht braucht, ein übersichtliches und klar strukturiertes Haus mit angeschriebenen Zimmern für alle Familienmitglieder.

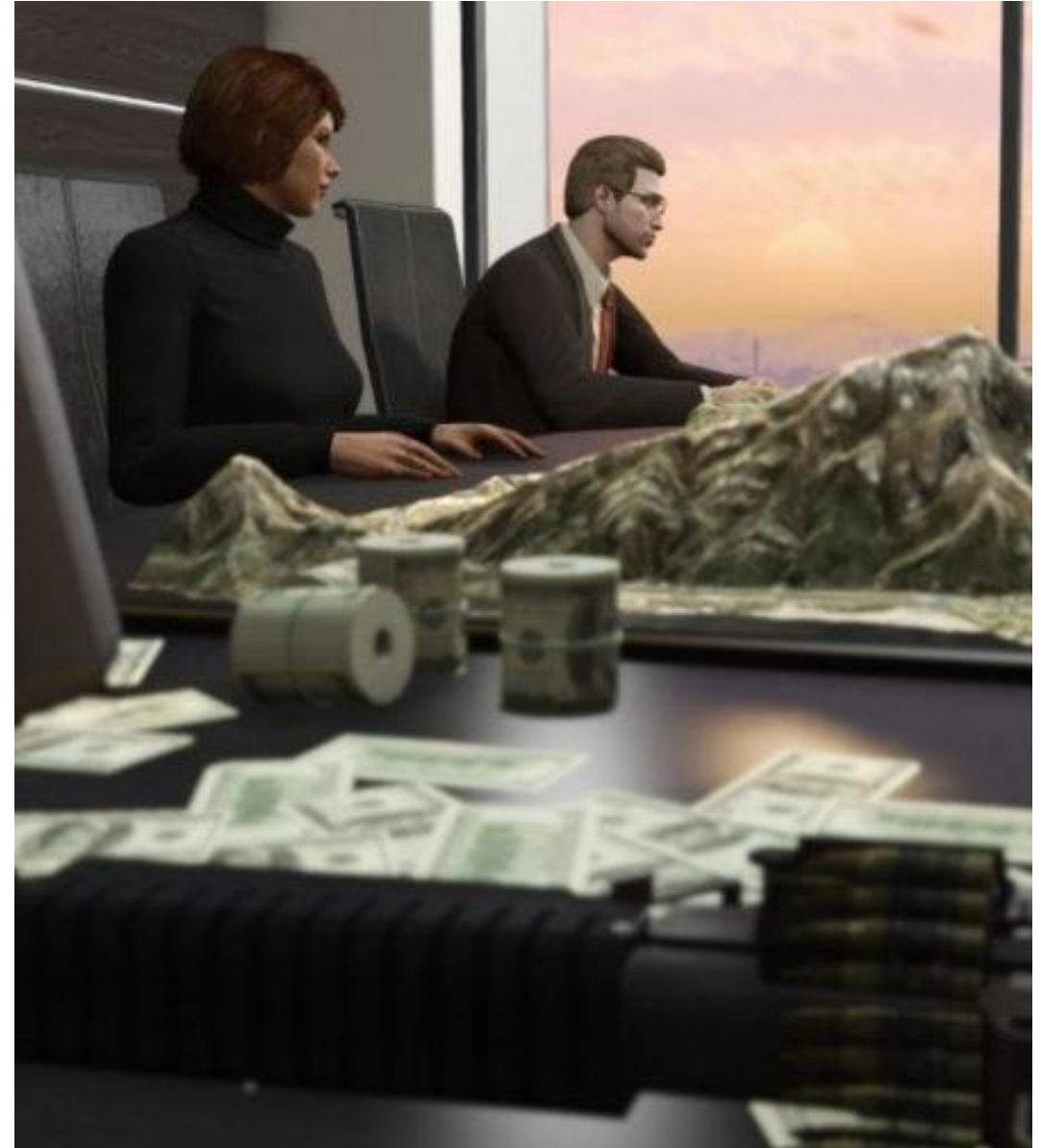
Credits: Tanja Fritschi, Primarschule Russikon

Games und Geld

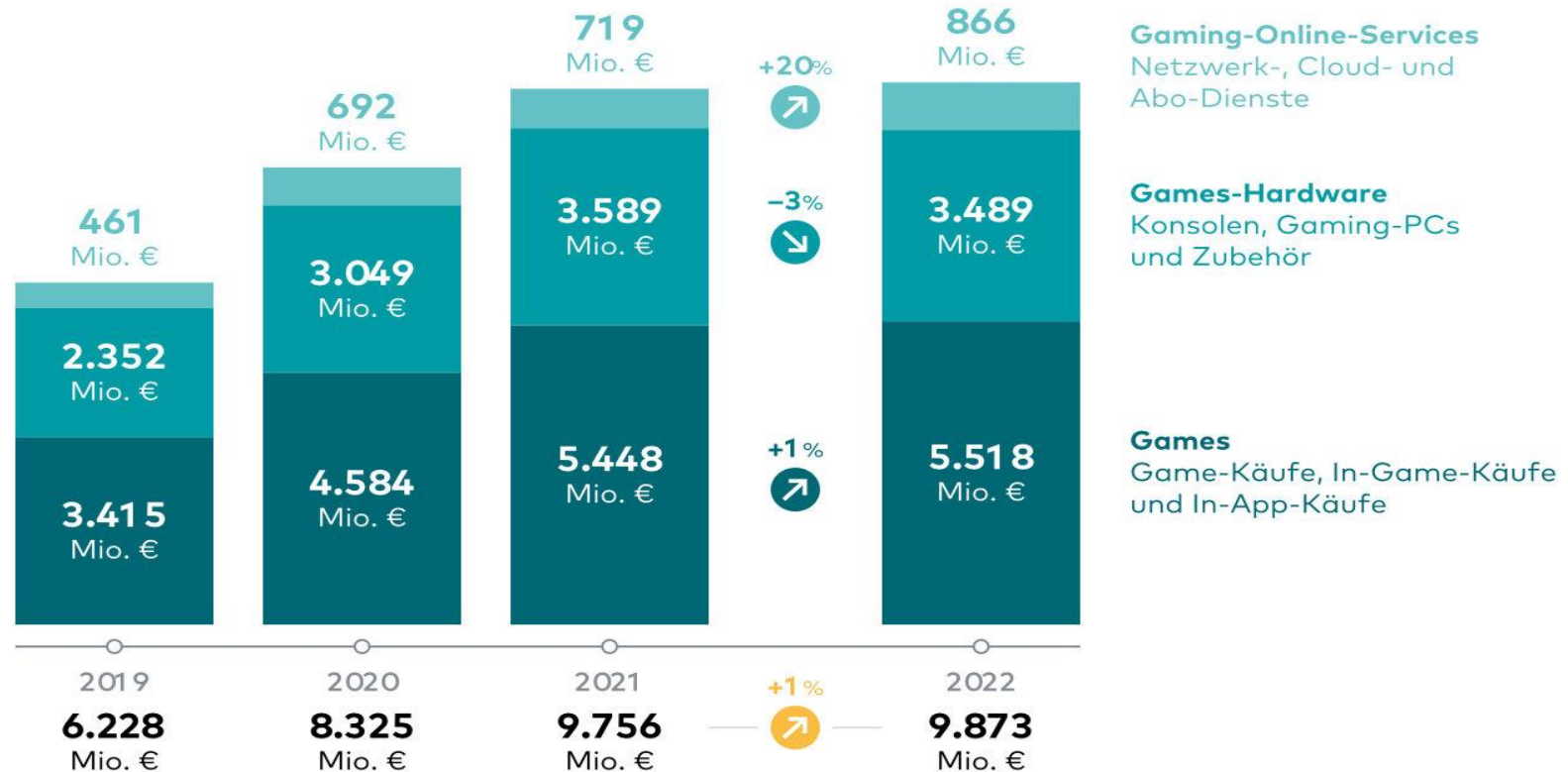
- Weltweite Einkünfte Spielindustrie im 2020: 180 Mrd. US\$. Massiver Wachstumsschub durch Corona
- In-App-Käufe und virtuelle In-Game-Güter als gewaltiger Markt. JAMES 2022: 11% der 12-/13-Jährigen in der Schweiz geben täglich oder mehrmals pro Woche Geld für Gameinhalte aus
- Umsatz mit Hardware geht hingegen leicht zurück (Deutschland 2022)
- Werbeunterbrechungen, In-Game-Werbung, Product Placement
- Aus Gameindustrie abgeleitete Märkte: Streaming und Let's Plays, Merchandising, eSports etc.

Bild: GTA online, <https://www.pcgamesn.com>

Datenquellen: www.game.de, www.theguardian.com, JAMES-Studie 2022

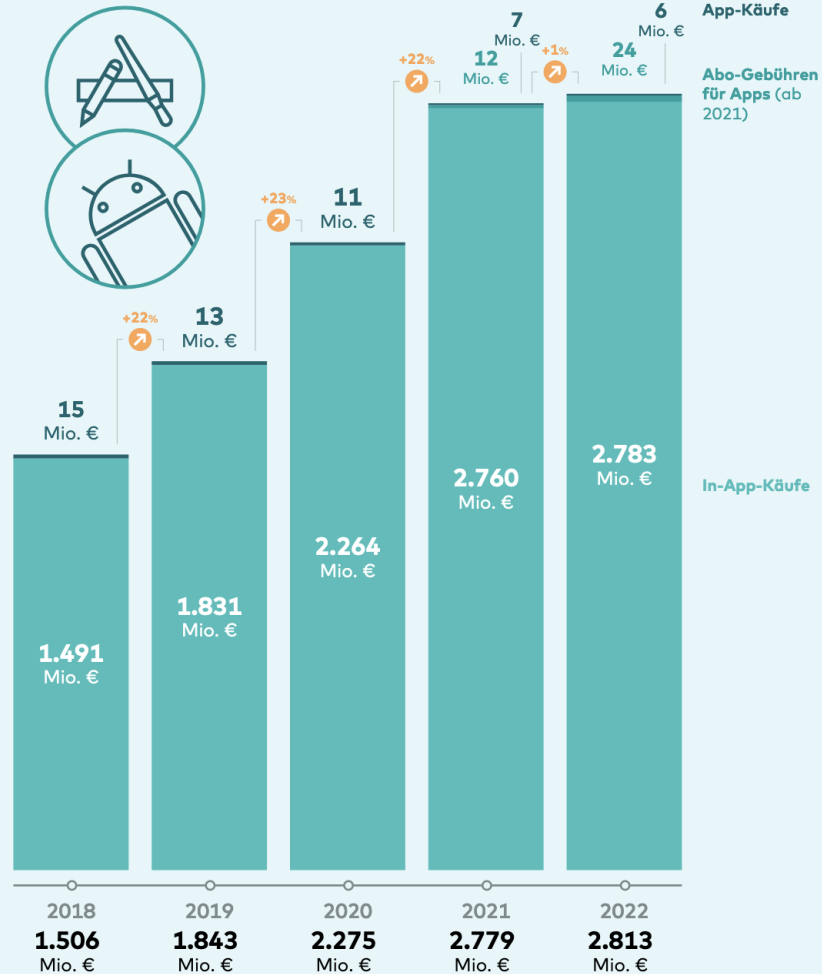


Deutscher Games-Markt stabilisiert sich auf hohem Niveau

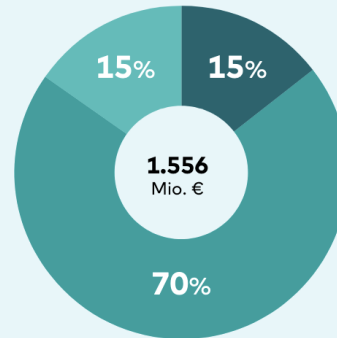


Markt für Spiele-Apps in Deutschland wächst 2022 um ein weiteres Prozent

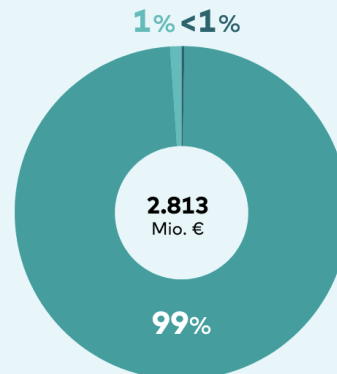
Umsätze mit App- und In-App-Käufen sowie Abo-Gebühren für Apps in Deutschland



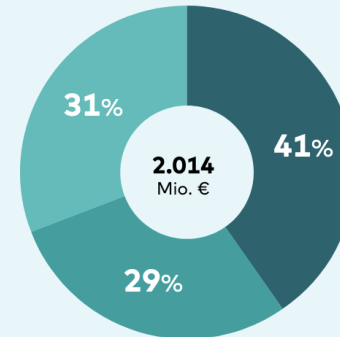
Große Unterschiede zwischen Spiele-Plattformen beim Konsumverhalten



PCs und Laptops



Smartphone/
Tablet



Spielekonsolen

- Game-Käufe
- In-Game-/In-App-Käufe
- Gaming-Online-Services

Quelle: Berechnungen auf Basis des GfK Consumer Panels (2022/2023; n = 25.000), der GfK Entertainment, der GfK POS Measurement und von Data.ai. © game 2023

Quelle: <https://www.game.de>

In-Game-Käufe und virtuelle Güter in Games

Beispiel *Brawl Stars*



Bild: Screenshot Brawl Stars

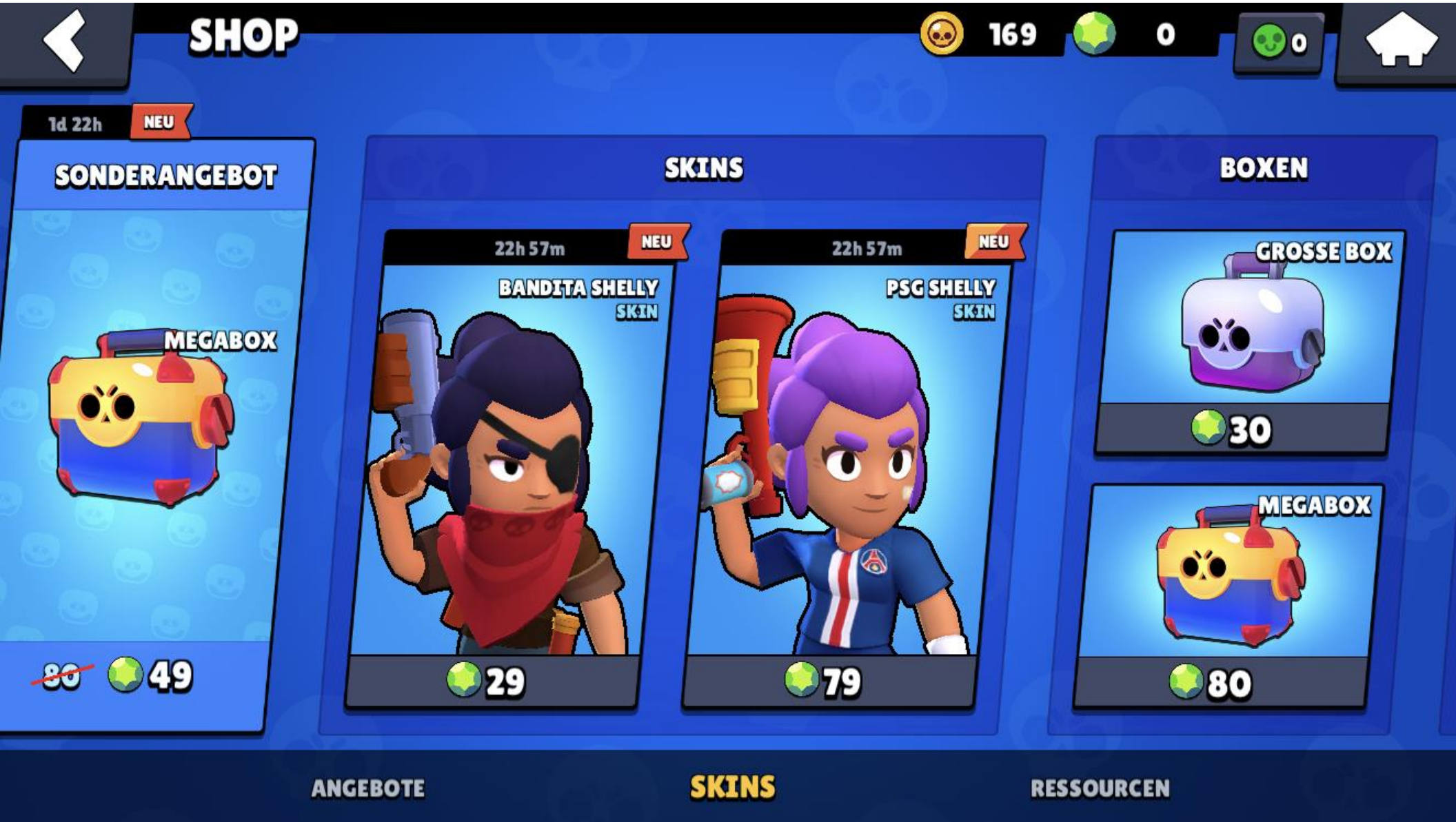
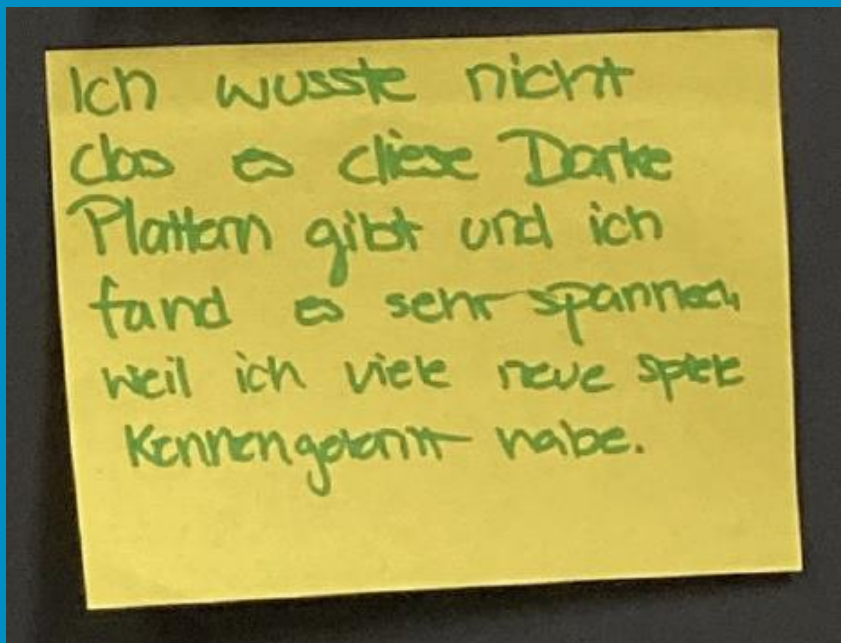


Bild: Screenshot Brawl Stars

Unterrichtsbeispiel

Dark Patterns

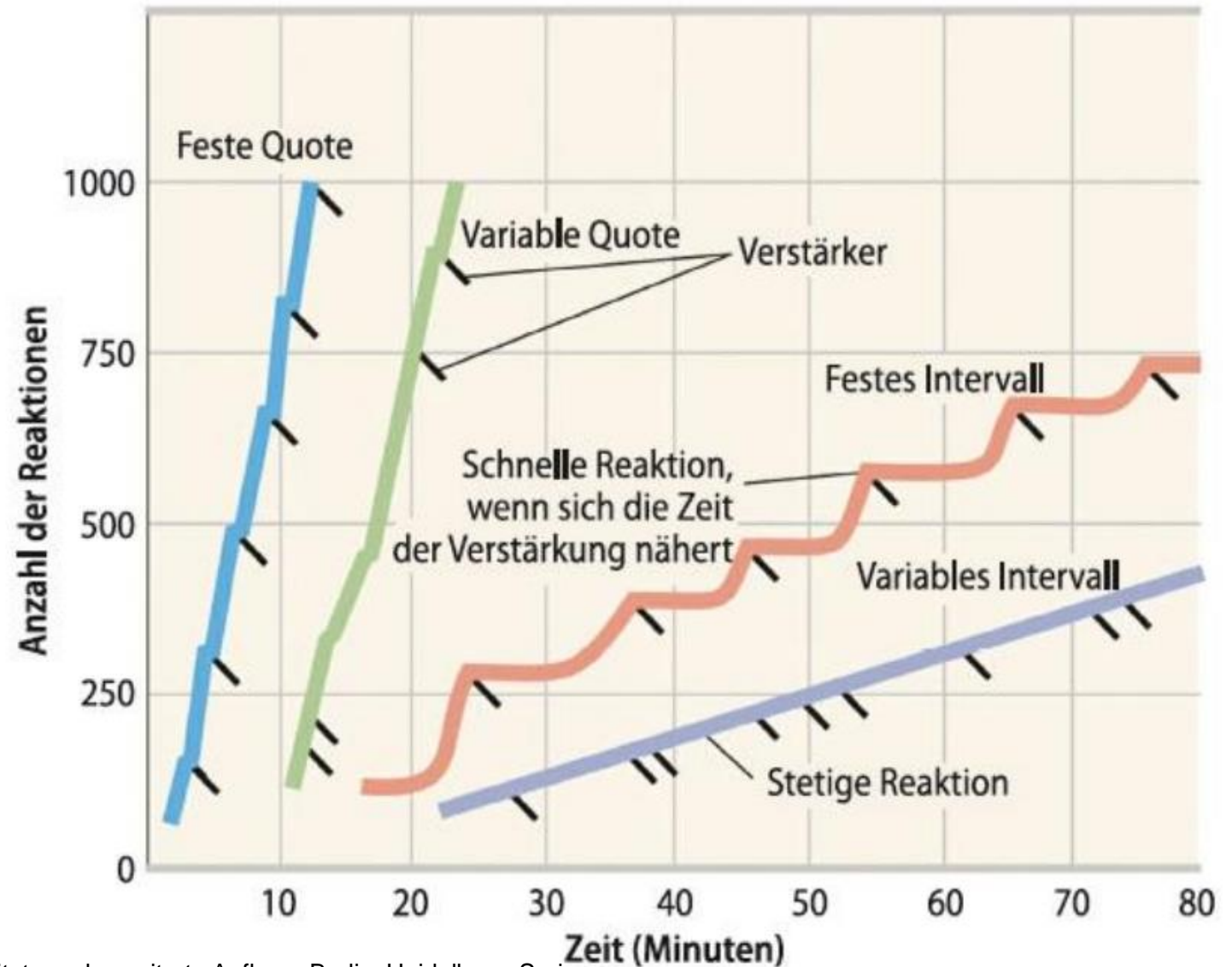


Bilder: Jasmin Fehlmann, Schule Entfelden, imedias



Verstärkerpläne

- Operante Konditionierung nach B. F. Skinner: Beeinflussung des Verhaltens durch Belohnung und Bestrafung: «Verstärker»
- Feste und variable Quoten, Intervalle, Verstärker
- Menschen engagieren sich am stärksten und ausdauerndsten bei variabler Quote und variablen Verstärkern

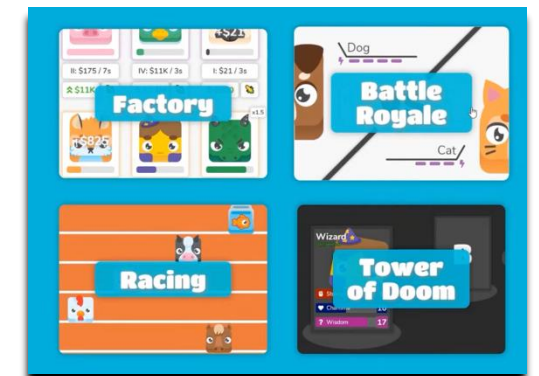


Quelle: Myers, D. G. (2014). Psychologie. 3., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Berlin, Heidelberg: Springer.

Verstärkerpläne im Unterricht

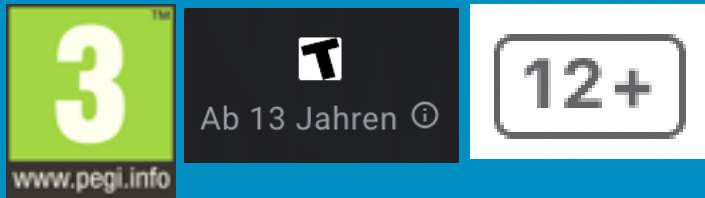
- Übertragung von Game-Elementen auf den Unterricht
- Motivation durch Anreize und Belohnungen: Sterne, Punkte, Spielfortschritt, Ranglisten etc.
- Geeignet für Inhalte, die durch Wiederholen gelernt werden: Einmaleins, Vokabeltraining, Verbtabelle etc.

Screenshots: Herstellerseiten



Altersfreigaben

- PEGI und App-Anbieter



- Knapp ¼ der jugendlichen Gamer*innen spielt regelmässig Games, für die sie zu jung sind
- Angaben von Kindern und Eltern zur Einhaltung der Altersfreigaben bei Games unterscheiden sich deutlich



Bild: imedias; Datenquelle:

Medienwirkungsforschung

- Aspekte: Person, Inhalte, Umstände und Umfeld
- Risiko- und Schutzfaktoren

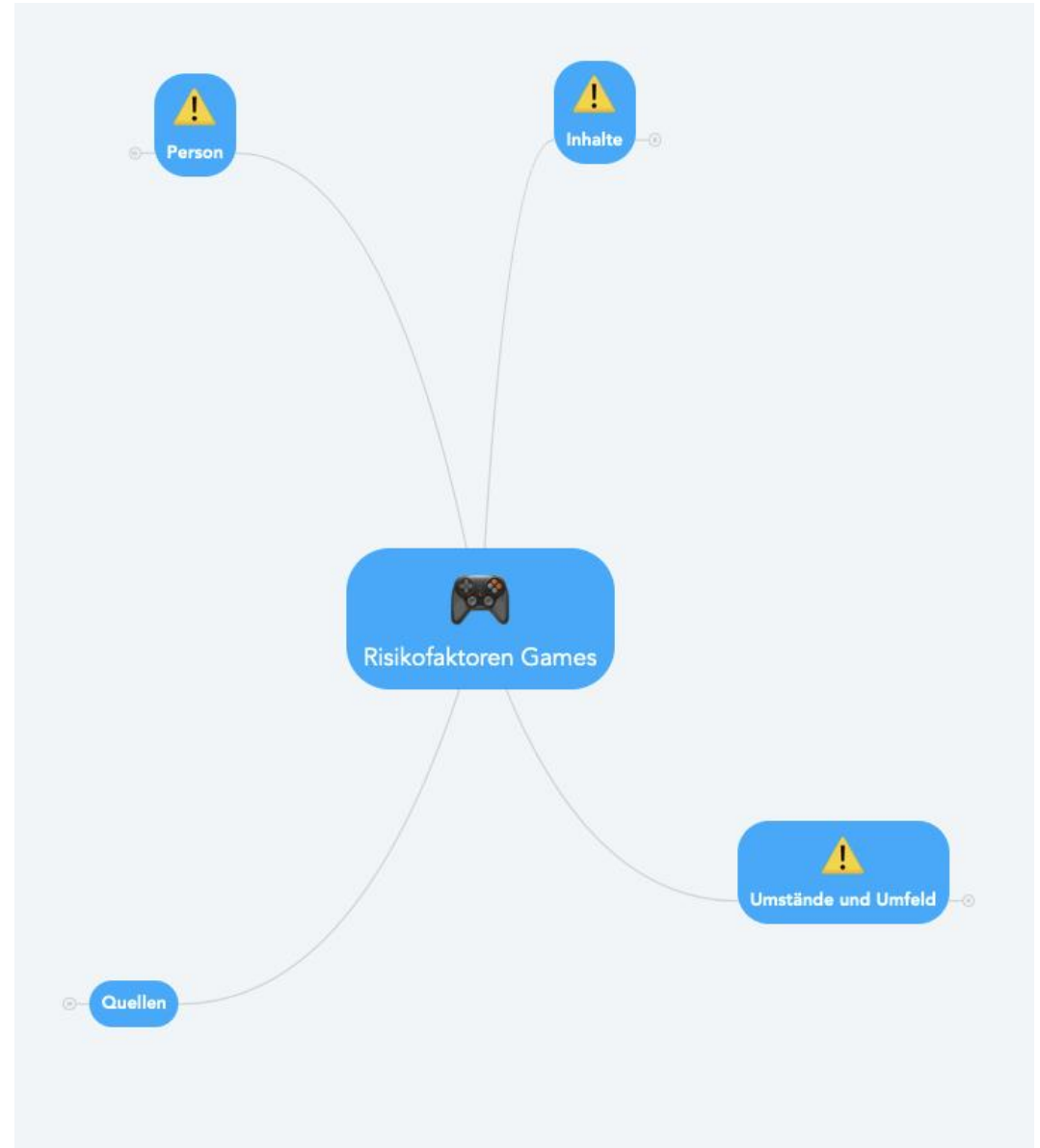


Abbildung: eigene Darstellung

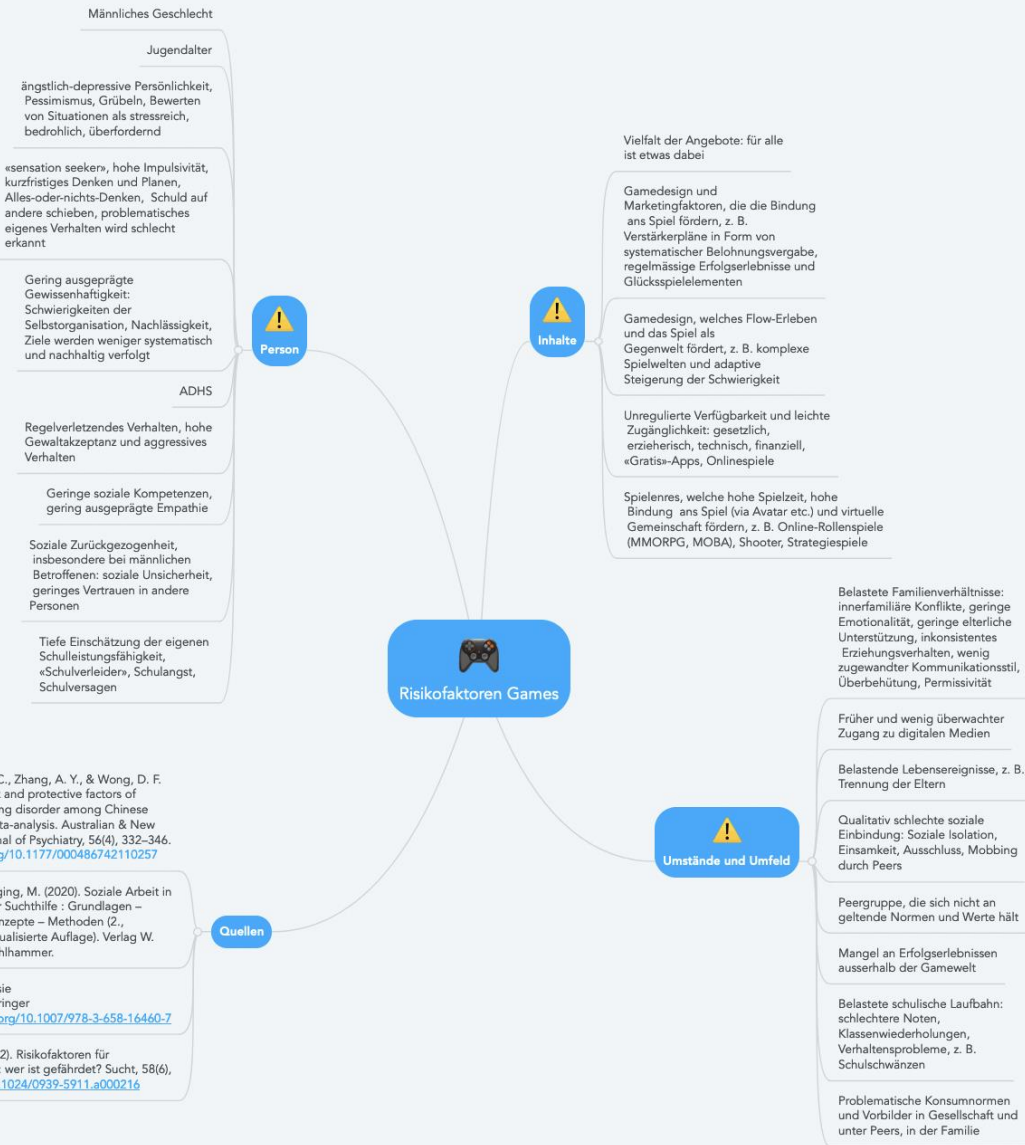


Abbildung: eigene Darstellung

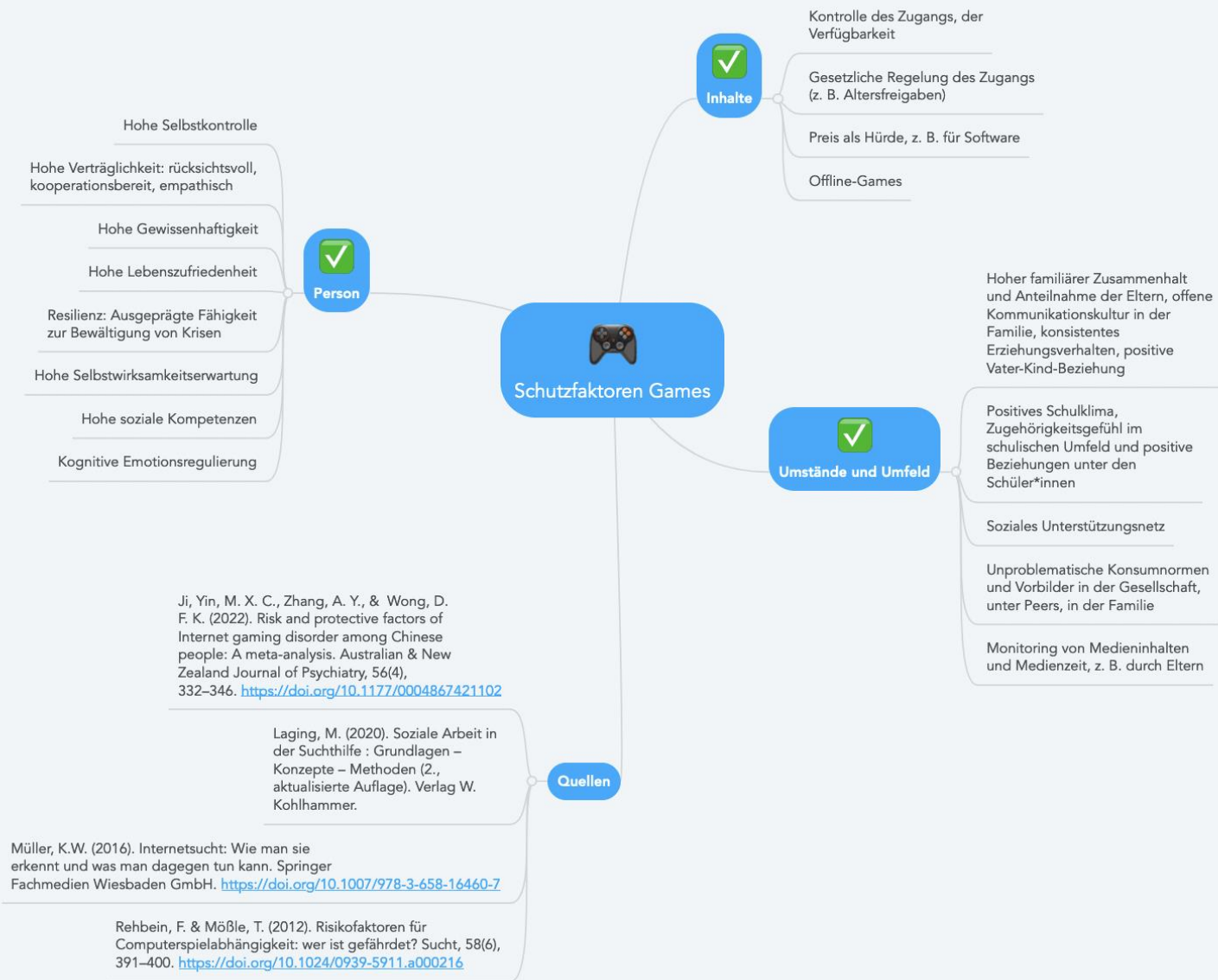


Abbildung: eigene Darstellung

Tipps für den Umgang mit Games

- Interesse zeigen, im Gespräch bleiben
- Im Gespräch mit den Kindern klare und verbindliche Regeln vereinbaren
- Vorbildwirkung, medienfreie Zeiten und Orte, alternative Freizeitangebote, gemeinsame positive Medienerlebnisse, selber Medien nutzen
- Bei Bedarf Bildschirmzeiten vereinbaren: Timer für jüngere Kinder, Mediengutscheine, Wochenzeitplanung für ältere Kinder und Jugendliche
- Einhalten der Altersfreigaben bei Games
- Evtl. technische Lösungen: Kinderschutz-Einstellungen nutzen

Bild: Leo Rivas @ Unsplash



Vertiefung

- Jugend und Medien. Nationale Plattform zur Förderung von Medienkompetenz, mit Infos zum Thema Games und Medien für verschiedene Altersstufen: <https://www.jugendundmedien.ch/>
- Spielebeurteilungen aus medienpädagogischer Sicht: <https://www.spieleratgeber-nrw.de/> und <https://bupp.at>
- Podcasts von SRF zum Thema Dark Patterns: <https://www.srf.ch/audio/digital-podcast/gratisspiele-die-trickkiste?id=12362725> und <https://www.srf.ch/audio/digital-podcast/gratisspiele-der-wal-und-das-gesetz?id=12366505>

Bild: imedias



Judith Mathez

imedias – Beratungsstelle für
digitale Medien in Schule und
Unterricht

Institut für Weiterbildung und
Beratung

Pädagogische Hochschule
FHNW

www.imedias.ch

judith.mathez@fhnw.ch

Bild: Desborough/imedias

