

„Fortnite“, Einfluss eines Spiels auf das Leben Jugendlicher – eine medienpädagogische Analyse

Bachelorthesis zur Erlangung des Bachelorgrads

Bachelor of Arts Soziale Arbeit (B.A.)

Thomas Winkler

Evangelische Hochschule Ludwigsburg

Semester	7. Semester (WiSe 19/20)
Betreuerin	Frau Prof. Dr. Katrin Schlör
Zweitkorrektor	Herr Albrecht Walter
Matrikelnummer	50023523
Abgabedatum	29.11.2019

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	IV
Abbildungsverzeichnis.....	V
Tabellenverzeichnis.....	VI
1 Einleitung	- 1 -
1.1 Problemstellung.....	- 1 -
1.2 Zielsetzung und Gang der Arbeit.....	- 2 -
2 Fortnite, Medienpädagogik und digitale Spiele	- 4 -
2.1 Fortnite	- 4 -
2.1.1 Spielprinzip.....	- 5 -
2.1.2 Altersfreigabe	- 8 -
2.1.3 Geschäftsmodell.....	- 11 -
2.1.4 Verknüpfung der digitalen und realen Welt	- 13 -
2.2 Medienpädagogik	- 14 -
2.2.1 Medienbildung und -erziehung	- 17 -
2.2.2 Medienkompetenz	- 19 -
2.2.3 Medienaneignung.....	- 21 -
2.2.4 Mediensozialisation	- 23 -
2.2.5 Chancen durch den Umgang mit Medien.....	- 24 -
2.2.6 Risiken durch den Umgang mit Medien	- 26 -
2.3 Handlungskonzepte und Methoden der medienpädagogischen Praxis	- 29 -
2.3.1 Die fünf grundlegenden Handlungskonzepte	- 29 -
2.3.2 Reflexive und aktive Medienarbeit.....	- 31 -
2.4 Digitale Spiele im medienpädagogischen Kontext.....	- 33 -
2.4.1 Auszug aus der Geschichte der Computerspiele	- 34 -
2.4.2 Perspektive SpielerInnen.....	- 35 -
2.4.3 Perspektive Freundeskreis und Community	- 36 -
2.4.4 Perspektive Familie	- 37 -
2.4.5 Pädagogische Perspektive, Schule und Soziale Arbeit.....	- 38 -

2.4.6 Digitale Spiele in der Theorie der Medienpädagogik und Forschung ..	- 41 -
2.5 Zwischenfazit	- 44 -
3 Medienpädagogische Analyse	- 45 -
3.1 Forschungsdesign und Erhebungsinstrumente	- 45 -
3.1.1 Leitfaden-ExpertInneninterview	- 45 -
3.1.2 Qualitative Inhaltsanalyse	- 46 -
3.1.3 Vorgehensweise bei der Auswertung	- 47 -
3.1.4 Ergebnisdarstellung und Interpretation	- 49 -
3.2 Fortnite im medienpädagogische Kontext	- 49 -
3.2.1 Perspektive SpielerInnen	- 49 -
3.2.2 Perspektive Freundeskreis und Community	- 53 -
3.2.3 Perspektive Familie	- 57 -
3.2.4 Perspektive Schule	- 61 -
3.2.5 Perspektive Soziale Arbeit	- 64 -
4 Fazit	- 69 -
Anhangsverzeichnis	VII
Anhang	VIII
Literaturverzeichnis	XLIX
Ehrenwörtliche Erklärung	LVIII

Abkürzungsverzeichnis

AR	Augmented Reality (dt. erweiterte Realität)
BPB	Bundeszentrale für politische Bildung
DAK	Deutsche Angestellten-Krankenkasse
IARC	International Age Rating Coalition (dt. Internationaler Alterseinstufungszusammenschluss)
ICD	International Statistical Classification of Diseases and Related Health Problems (dt. Die Internationale statistische Klassifikation der Krankheiten und verwandter Gesundheitsprobleme)
IOS	Internetwork Operating System (dt. Betriebssystem der Firma Apple)
JIM	Jugend, Information, Medien
LAN	Local Area Network (dt. lokales Computernetzwerk)
LFK BW	Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg
LFM	Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen
LMK	Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz
MPFS	Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest
NRW	Nordrhein-Westfalen
PEGI	Pan-European Game Information (dt. Europaweite Spielinformation)
TH Köln	Technische Hochschule Köln
USK	Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle
VR	Virtual Reality (dt. virtuelle Realität)

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Liebste Computer-, Konsolen-, Tablet- und Handyspiele 2018 (MPFS und LFK BW 2018: 59).....	- 4 -
Abbildung 2: Schlachtenbus mit abspringenden SpielerInnen (Gaumann 2018)...	- 6 -
Abbildung 3: Spielbildschirm mit Erklärung (eigene Darstellung in Anlehnung an (Gaumann 2018)).....	- 7 -
Abbildung 4: USK ab 12 freigegeben (USK 2019b)	- 9 -
Abbildung 5: PEGI 12 (PEGI 2018)	- 9 -
Abbildung 6: Fortnite Item-Shop (Herold 2019)	- 11 -
Abbildung 7: Fortnite Shop (Just 2018)	- 12 -
Abbildung 8: "Battle Pass" Screenshot (Epic Games Germany GmbH 2019a) ...	- 13 -
Abbildung 9: Medienaneignungsdimensionen (eigene Darstellung in Anlehnung an (Fleischer und Hajok 2016: 151))	- 22 -
Abbildung 10: Partizipatives Medienhandeln (eigene Darstellung in Anlehnung an (Fleischer und Hajok 2016: 92)).....	- 25 -
Abbildung 11: Flow (bpb 2018: 9).....	- 35 -
Abbildung 12: Ablaufschema Inhaltsanalyse (eigene Darstellung in Anlehnung an (Kuckartz 2016: 45)).....	- 47 -

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Medienkompetenz(-förderung) (eigene Darstellung in Anlehnung an (Fleischer und Hajok 2016: 134))	- 21 -
Tabelle 2: Fragestellungen und Perspektiven medienpädagogischer Forschung (Fleischer und Hajok 2016: 163).....	- 23 -
Tabelle 3: Kategorisierung von Risiken der Nutzung digitaler Medien (Schaumburg und Prasse 2019: 91)	- 28 -
Tabelle 4: (Medien-)Pädagogische Handlungskonzepte (Fleischer und Hajok 2016: 192).....	- 29 -
Tabelle 5: Konzepte Computerspiel-Pädagogik (eigene Darstellung in Anlehnung an (Fromme 2017: 72–74))	- 42 -
Tabelle 6: Kategoriensystem (eigene Darstellung)	- 48 -
Tabelle 7: Transkriptionsdaten Interview 1 (Fuß und Karbach 2014: 66).....	XV
Tabelle 8: Transkriptionsdaten Interview 2 (Fuß und Karbach 2014: 66).....	XXXIII

1 Einleitung

Friedrich Schiller schrieb bereits im Jahr 1795 in den Briefen über die ästhetische Erziehung den Satz, „Der Mensch (...) ist nur da ganz Mensch, wo er spielt“ (Schiller 1795: 30). Menschen sind demnach erst dann frei, wenn sie ohne alleinige Steuerung durch den Verstand und ohne Zwang leben. Genau diese Freiheit erleben Menschen im Spiel. Über 200 Jahre nach Schiller werden in unserer Gesellschaft immer mehr digitale Spiele¹ gespielt. Diese sind mittlerweile seit dem Jahr 2008 als offizielles Kulturgut anerkannt (Heßdörfer 2019: 4). In Deutschland werden digitale Spiele von circa 34 Millionen Menschen gespielt. Dies entspricht einen Anteil von 40 Prozent an der Gesamtbevölkerung (Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein 2019: 3). Der Anteil der Jugendlichen, die regelmäßig Computerspiele wie Fortnite, FIFA oder Minecraft spielen, ist laut einer DAK-Studie mit 72,5 Prozent noch einmal wesentlich höher und entspricht einer hochgerechneten Anzahl von rund 3 Millionen Menschen im Alter zwischen 12 und 17 Jahren. Eine Differenzierung der Anteile zwischen Geschlechtern zeigt auf, dass circa 90 Prozent der Jungen und 50 Prozent der Mädchen regelmäßig spielt (Heßdörfer 2019). Laut der JIM-Studie 2018 spielen rund 30 Prozent der befragten Jugendlichen täglich und 28 Prozent mehrmals wöchentlich digitale Spiele (MPFS und LFK BW 2018: 13). Auch hier liegt der Prozentsatz bei den Jungen für die tägliche oder mehrfach wöchentliche Nutzung mit 73 Prozent über dem Gesamtschnitt, der durch den um 30 Punkte niedrigeren Prozentsatz der Mädchen verringert wird (MPFS und LFK BW 2018: 56). Der Spitzenreiter unter den Spieletiteln ist Fortnite, der laut Hersteller im Juni 2018 weltweit über 100 Millionen aktive SpielerInnen verzeichnete. In der JIM-Studie 2018 belegt Fortnite den ersten Platz der beliebtesten digitalen Spiele. Dabei wurde der Favorit der Jugendlichen erst im Juli 2017 veröffentlicht (MPFS und LFK BW 2018: 58–59).

1.1 Problemstellung

Die Ergebnisse der JIM-Studie zeigen wie stark die Lebenswelt der Jugendlichen durch Medien wie Fortnite gekennzeichnet ist und sie begründen die Aktualität und Relevanz in der Gesellschaft (MPFS und LFK BW 2018: 58–59). Die Faszination der Jugendlichen rückt das Spiel zwangsläufig in den Fokus von Eltern, Schulen und pädagogischen Einrichtungen der Sozialen Arbeit (jugendschutz.net 2018). Vor allem aufgrund der Zuordenbarkeit zu dem Genre der Shooter-Spiele und der Frage nach der Gewaltdarstellung stand das Spiel bereits im öffentlichen Diskurs (Schmidt 2018). Besorgte Eltern stellen sich, im Kontext der Mediennutzung ihrer Schützlinge, Fragen

¹ In dieser Arbeit werden die Begriffe digitale Spiele, Computerspiele, Games, Video- und Konsolenspiele synonym verwendet.

zur Altersfreigabe von Fortnite. Sie sind sich hinsichtlich einer angemessenen Spieldauer im Unklaren. Zudem fehlt es ihnen oftmals an Wissen über relevante Eigenschaften, wie beispielsweise Spielprinzip und Geschäftsmodell funktionieren (Interview 2: Z. 108-114). Ebenso setzen sich professionelle Fachkräfte, die Jugendliche KlientInnen betreuen, mit dem Spiel auseinander. Fortnite war beispielsweise Thema auf einer Fachtagung über Games im Fokus der Jugendhilfe und füllte als Themenschwerpunkt mit der Frage rund um die Faszination nahezu einen ganzen Tag aus (Heinzen 2019). Das Massen- und Medienphänomen Fortnite führt mit seiner alltäglichen Präsenz im Leben Jugendlicher zu Auseinandersetzungen und konfrontiert SpielerInnen, ihre Freundeskreise, die Eltern sowie LehrerInnen und (Schul-)SozialarbeiterInnen mit Einflüssen, die aus medienpädagogischer Sicht untersucht werden können. Die Forschungsfrage dieser Arbeit nimmt sich dieser Untersuchung an und sucht zusätzlich nach Methoden für die medienpädagogische Praxis, die an dem Interesse der Jugendlichen für das Spiel anknüpfen. Die Analyse konzentriert sich dabei auf die genannten Perspektiven und bedient sich dafür im Wesentlichen der Theorie der Medienpädagogik und Aussagen von ExpertInnen, die im Rahmen einer primär empirisch durchgeführten Forschung gewonnen werden konnten.

1.2 Zielsetzung und Gang der Arbeit

Das Ziel der Arbeit ist es, mögliche medienpädagogische Einflüsse des digitalen Spiels Fortnite auf das Leben Jugendlicher aufzudecken und zu analysieren sowie Methoden und Wege aufzuzeigen, wie Eltern, Schulen und pädagogische Einrichtungen mit Bezug zur Sozialen Arbeit einen für die Jugendlichen förderlichen bzw. professionellen Umgang mit Fortnite gestalten können. Die Analyse basiert auf einer Beschreibung von Fortnite sowie einer theoretischen medienpädagogischen Grundlage, die erweitert wird durch einen spezifischeren Einblick auf digitale Spiele im medienpädagogischen Kontext. Die Erkenntnisse aus zwei geführten ExpertInneninterviews tragen dabei zur Zielerreichung und Beantwortung der Forschungsfrage bei.

Neben dem ersten einleitenden Kapitel gliedert sich die Arbeit in 3 weitere Kapitel. Das **zweite Kapitel** beginnt mit einer Beschreibung des Spiels Fortnite. Diese verdeutlicht wie relevant das Spiel für Jugendliche ist und beinhaltet eine Darstellung der für die Analyse wesentlichen Eigenschaften des Spiels. Es folgt eine Auswahl der in der Theorie der Medienpädagogik zentralen Definitionen. Diese Begriffe veranschaulichen die medienpädagogischen Bildungs-, Erziehungs- und Entwicklungsprozesse, die im Leben Jugendlicher ablaufen können. Für die Analyse der Arbeit ist darüber hinaus notwendig, die sich im Umgang mit Medien ergebenden Chancen und Risiken

zu thematisieren sowie Handlungskonzepte und Methoden der medienpädagogischen Praxis darzustellen. Das Kapitel schließt mit einer Betrachtung digitaler Spiele im medienpädagogischen Kontext. Für diese Einordnung erfolgt ein geschichtlicher Exkurs in die Entwicklung der Computerspiele hin zu einem Kulturgut. Wesentliche Bestandteile sind zudem die Beleuchtung der für die Analyse maßgebenden Perspektiven auf digitale Spiele sowie der theoretische und forschende Bezug zur Medienpädagogik.

In **Kapitel 3** erfolgt die auf dem zweiten Kapitel, ergänzender Literatur und einer primärempirischen Forschung basierende medienpädagogische Analyse. Dazu wird zunächst das Forschungsdesign und Erhebungsinstrument vorgestellt. Anschließend werden die Auswertungsmethode und die Vorgehensweise im Forschungsprozess beschrieben. Die Darstellung der gewonnenen Erkenntnisse und Interpretation der Ergebnisse erfolgt anhand unterschiedlicher Perspektiven, deren Auswahl sich im Bezug zur Lebenswelt der Jugendlichen begründet. Dabei werden aufgedeckte Einflüsse von Fortnite im Kontext medienpädagogischer Konzepte betrachtet und mit in der Praxis anwendbaren Methoden für einen sinnvollen Medienumgang verknüpft.

Im **vierten Kapitel** werden die zentralen Ergebnisse der Arbeit in einem Fazit zusammengefasst. Die aufgeworfene Forschungsfrage wird beantwortet und abschließend erfolgt eine kritische Reflexion des methodischen Vorgehens.

2 Fortnite, Medienpädagogik und digitale Spiele

Im nachfolgenden Kapitel wird zunächst das Spiel Fortnite mit seinen für diese Arbeit relevanten Eigenschaften beschrieben. Diese Beschreibung, die nachfolgende Auswahl an Definitionen zentraler medienpädagogischer Begriffe und die Darstellung von Besonderheiten digitaler Spiele im medienpädagogischen Kontext dienen im darauffolgenden Kapitel als Grundlage für die medienpädagogische Analyse des Spiels.

2.1 Fortnite

Im Jahr 2017 wurde das Spiel Fortnite als Grundvariante mit dem kostenpflichtigen Spielmodus „Rettet die Welt“ von der Firma Epic Games veröffentlicht. Die Aufgabe der SpielerInnen im Grundspiel ist, als Team eine schützende Festung aufzubauen, um sich mit Waffengewalt gegen angreifende Zombies zu verteidigen. Der Spielmodus, der bei Kindern und Jugendlichen wesentlich beliebter und meist gemeint ist, wenn von Fortnite gesprochen wird, nennt sich „Battle Royale“ (Spieleratgeber NRW und Stadt Köln 2019: 26). Wie beliebt Fortnite bei Jugendlichen tatsächlich ist, zeigt die JIM-Studie 2018. Hier belegt Fortnite in den Altersklassen 12-13 Jahre, 14-15 Jahre und 16-17 Jahre jeweils den ersten Platz der liebsten Computer-, Konsolen-, Tablet- und Handyspiele. Erst in der Altersklasse 18-19 Jahre liegt die Fußballsimulation FIFA auf Rang eins. Die Studie zeigt ebenfalls, dass Fortnite sowohl bei SchülerInnen der Haupt- und Realschulen als auch der Gymnasien den ersten Platz belegt (MPFS und LFK BW 2018: 59):

Liebste Computer-, Konsolen-, Tablet- und Handyspiele 2018

– Rang 1 bis 3, bis zu drei Nennungen –

	12-13 Jahre	14-15 Jahre	16-17 Jahre	18-19 Jahre
Rang 1	„Fortnite“ 27%	„Fortnite“ 28%	„Fortnite“ 16%	„FIFA“ 17%
Rang 2	„Minecraft“ 17%	„FIFA“ 14%	„Grand Theft Auto“ 14%	„Grand Theft Auto“ 12%
Rang 3	„FIFA“ 11%	„Minecraft“ 12%	„FIFA“ 10%	„Call of Duty“ 11% „League of Legends“ 11%

	Haupt-/Realschule	Gymnasium
Rang 1	„Fortnite“ 27%	„Fortnite“ 14%
Rang 2	„FIFA“ 15% „Grand Theft Auto“ 15%	„FIFA“ 12%
Rang 3	„Call of Duty“ 13%	„Minecraft“ 10%

Abbildung 1: Liebste Computer-, Konsolen-, Tablet- und Handyspiele 2018 (MPFS und LFK BW 2018: 59)

Dass Fortnite nicht nur bei Jungen im Alter zwischen 12 und 17 Jahren, sondern auch bei den Mädchen besonders beliebt ist, zeigt die von dem Meinungsforschungsinstitut

„forsa“ durchgeführte Studie „Geld für Games“ für die Krankenkasse DAK-Gesundheit. Das Spiel belegt bei den Jungen den ersten Platz in denselben Altersklassen wie in der JIM-Studie, mit Ausnahme der 16-17-Jährigen, hier liegt das Spiel FIFA auf Platz eins. Bei den Mädchen belegt Fortnite insgesamt den dritten Platz. Es muss sich nur den Spielen Die Sims in allen Altersstufen und Minecraft bei den 12-13-Jährigen und 16-17-Jährigen geschlagen geben. Die Studie zeigt zudem, dass Fortnite nicht nur eines der beliebtesten Spiele bei Jugendlichen ist, sondern mit 19 Prozent der Nennungen auch das zurzeit meist gespielte Spiel ist (forsa Politik- und Sozialforschung GmbH und DAK-Gesundheit 2019: 10–13). Um verstehen zu können, warum Fortnite speziell mit dem Spielmodus Battle-Royale derart beliebt ist und um eine Einordnung im medienpädagogischen Kontext zu ermöglichen, wird nachfolgend das Spielprinzip, die Altersfreigabe, das Geschäftsmodell und die Präsenz des Spiels über die eigentliche virtuelle Spieleumgebung hinaus dargestellt.

2.1.1 Spielprinzip

Fortnite Battle Royale ist ein Online-Multiplayer-Modus, der kostenlos ohne das Hauptspiel Fortnite „Rettet die Welt“ erhältlich ist (Gaumann 2018). Die Spielart Multiplayer ist die englische Bezeichnung für MehrspielerInnen-Spiele. Hier spielen, im Gegensatz zum EinzelspielerInnenmodus, mehrere Personen gegen oder miteinander (bpb 2019e). Der Battle-Royale-Modus in Fortnite hat keine Rahmengeschichte und basiert auf Runden. Die Funktion des Spiels ist nach dem namensgebenden Battle-Royale-Prinzip aufgebaut (Gaumann 2018). In jeder Runde treten bis zu 100 SpielerInnen allein, zu zweit oder im Team mit bis zu 4 Mitgliedern gegeneinander an. Es gewinnt die letzte überlebende Spielerfigur oder das letzte überlebende Team. (MPFS und LFK BW 2018: 58–59). Die Runden beginnen immer im sogenannten Schlachtenbus. Dieser fliegt über eine Insel, die als Spielkarte dient. Die SpielerInnen haben 30 Sekunden zur freien Verfügung, um aus dem Bus abzuspringen. Mit Hilfe eines Fallschirms landen sie, nur mit einer Spitzhacke bewaffnet, an einem frei wählbaren Punkt auf der Karte. Dort gilt es schnellstmöglich „Loot“ in Form von Waffen, Munition, Heilmitteln und Rohstoffen zu finden. Diese sind meist in Gebäuden oder Truhen in der Spielwelt versteckt (Gaumann 2018). Gegen Ende des Spiels fallen, an Ballons befestigte, weitere nützliche Gegenstände vom Himmel (MPFS und LFK BW 2018: 59). Als „looten“ wird das Sammeln und erbeuten virtueller Gegenstände, beispielsweise von besiegten GegnerInnen, bezeichnet (bpb 2019d).



Abbildung 2: Schlachtenbus mit abspringenden SpielerInnen (Gaumann 2018)

Entscheiden sich mehrere SpielerInnen sehr nahe beieinander zu landen, kann es bereits zu Kämpfen kommen (Gaumann 2018). Die anfangs und im weiteren Spielverlauf gesammelten Waffen, die Ausrüstung und das Baumaterial für Wände, Treppen und andere Gebäudeteile, dienen zur Abwehr von GegnerInnen und um sich einen Vorteil in den Kämpfen zu verschaffen (MPFS und LFK BW 2018: 59). Das Bauen mit Hilfe von Rohstoffen wie Holz, Stahl oder Ziegelsteinen ist ein zentraler Bestandteil im Battle-Royale-Modus von Fortnite und wird als sogenanntes „craften“ bezeichnet. SpielerInnen setzen das „Crafting“ aber nicht nur dafür ein, um sich mit Mauern vor gegnerischen Schüssen zu schützen oder um sich in ganzen Häusern zu verstecken, sie erreichen durch ihre Bauwerke auch höher gelegene Standorte wie Berge und Dächer, deren Position sie sich zu Nutze machen können. Die Möglichkeit, Gegenstände anzufertigen, ist eine Besonderheit in Fortnite, die nicht zwangsläufig ein Bestandteil von anderen Battle-Royale-Spielen ist (Gaumann 2018). Im Zusammenhang mit Baumaterial nicht unerwähnt bleiben sollte der, neben den bereits aufgeführten Spielmodi, neu eingeführte Fortnite-Kreativmodus. Dieser bietet SpielerInnen die Chance allein oder mit FreundInnen, die vorgegebene Insel in eine eigene Spielwelt umzugestalten. Es können ganze Städte oder beispielsweise Rennstrecken entstehen oder es werden einzelne Elemente, wie Bäume und Felsen platziert. Diese neue, eigens gestaltete Welt kann wiederum durch einen einfachen Wechsel im Battle-Royale-Prinzip mit anderen Personen bespielt werden (Grune 2019).

Ein weiteres entscheidendes Spielelement im Battle-Royale-Modus ist der „Sturm“. Nach 60 Sekunden zieht dieser auf der Landkarte auf und verringert die bespielbare

Welt von außen nach innen. Dadurch werden alle Überlebenden näher zueinander getrieben (MPFS und LFK BW 2018: 59). Denn wer sich außerhalb des Sturmauges befindet, verliert an Lebensenergie, was schnell zum Tod führt. Mit steigender Spieldauer wird das Gebiet, in dem überlebt werden kann, immer kleiner. Dieses Spielelement verkürzt die Rundenzeiten auf der großen Karte immens (Gaumann 2018).



Abbildung 3: Spielbildschirm mit Erklärung (eigene Darstellung in Anlehnung an (Gaumann 2018))

Wie aus der Abbildung ersichtlich wird, haben die SpielerInnen unterschiedliche, gelootete Waffen zur Auswahl. Insgesamt gibt es sieben unterschiedliche Waffentypen, wie zum Beispiel Scharfschützengewehre für den Fernkampf oder Schrotflinten für die Nahdistanz. Zusätzlich können Granaten eingesetzt werden. Für Sturmgewehre werden beispielweise andere Patronen benötigt wie für Pistolen. Die Waffen sind zudem mit unterschiedlichen Farben hinterlegt. Diese Farben zeigen die Seltenheit an und verändern die Werte, wie Schaden, Schussrate, Nachladezeit und Magazingröße der Waffen. Es gibt graue Waffen, diese sind gewöhnlich, grüne ungewöhnlich, blaue selten, violette episch, orangene legendär und die besten Waffen sind golden hinterlegt und mythisch (Scholz 2019). Der Publisher Epic Games verändert die zur Verfügung stehenden Waffen und deren Werte regelmäßig in sogenannten Patches. Diese Patches können zusätzlich Fehlerbehebungen, Änderungen des Gameplays, der Benutzeroberfläche, der Grafik und weitere spielverändernde Elemente mit sich bringen (Epic Games Germany GmbH 2019e). Das Ziel des Spiels, die letzte verbleibende Spielfigur oder das überlebende Team zu stellen und damit einen „epischen Sieg“ zu erringen, verändert sich jedoch nicht. „In der nächsten Partie bestehen wieder die

gleichen Chancen, denn die zuvor erhaltenen Gegenstände und Waffen können nicht mitgenommen werden“ (Spieleratgeber NRW und Stadt Köln 2019: 26). Wie sich das Spielprinzip und die unumgängliche Verwendung von Waffen in Fortnite auf dessen Altersfreigabe auswirkt, wird im folgenden Teil der Arbeit untersucht.

2.1.2 Altersfreigabe

Eine von Eltern besonders häufig gestellte Frage in Bezug auf Fortnite ist, ab welchem Alter das Spiel freigegeben ist (Heinz 2019). Bevor diese Frage hier beantwortet wird, folgt zunächst der Hinweis auf eine nötige inhaltliche Abgrenzung. Auf das Konfliktpotential der Altersfreigabe, das sich aus den unterschiedlichen Perspektiven, beispielsweise zwischen der Eltern- und der SpielerInnen-Generationen ergibt, wird in der Betrachtung der digitalen Spiele im medienpädagogischen Kontext näher eingegangen. Zusätzlich wird die Verankerung des Jugendmedienschutzes in den Theorien der Medienpädagogik abgebildet. Dennoch greift die nachfolgende Darstellung der Altersfreigabe von Fortnite zumindest teilweise den theoretischen Grundlagen vor. Dies ist jedoch nötig, um die Einordnung der Alterskennzeichnung von Fortnite zu verstehen. Das nur auszugsweise darstellbare, theoretische Gesamtbild ergibt sich mit Abschluss des zweiten Kapitels.

Bei der Alterskennzeichnung von Fortnite gibt es eine Besonderheit, denn normalerweise werden die unterschiedlichen, eingangs beschriebenen Spielmodi „Rettet die Welt“ und Battle-Royale nicht gleichermaßen betrachtet. Denn das kostenpflichtige Grundspiel „Rettet die Welt“ ist auf Trägermedien, wie es DVDs oder Blu-Rays sind, erschienen. Der kostenlose Battle-Royale-Modus hingegen kann nur heruntergeladen werden. Für die Alterskennzeichnung gelten daher unterschiedliche gesetzliche Regelungen, einmal für Trägermedien und einmal für Telemedien. Dieser für Laien kaum nachvollziehbare Umstand im Bereich des Jugendmedienschutzes steht bereits in der Kritik. Er spiegelt nicht die Lebenswirklichkeit wider in der Spiele zunehmend heruntergeladen werden und bedarf einer Modernisierung (Heinz 2019).

Für die Prüfung digitaler Spiele auf Trägermedien ist in Deutschland die USK verantwortlich. Getragen wird die Organisation durch die Freiwillige Selbstkontrolle Unterhaltungssoftware GmbH mit dem Gesellschafter Game – Verband der deutschen Games-Branche e.V. Für trägerungebundene Medien sind die Kommission für Jugendmedienschutz und die Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter anerkannte Selbstkontrolleinrichtungen. Trotz fehlender Kennzeichnungspflicht für Online-Games erteilt die USK seit dem Jahr 2013 im Rahmen eines Selbstklassifikationssystems der International Rating Coalition, kurz IARC, auch für Telemedien eine

Alterseinstufung. An diesem Kennzeichnungssystem beteiligt sich auch das 2003 gegründete europäische System, Pan-European Game Information, kurz PEGI. Ein trägerungebundenes Spiel wird im IARC-Verfahren, anders wie bei der USK-Wertung, nicht durch ein Gremium geprüft, sondern anhand eines freiwillig ausgefüllten Fragebogens durch den Anbieter (Heinz 2019). Darüber hinaus haben Firmen wie Epic Games aber die Möglichkeit, Mitglied von „USK.online“ zu werden und dadurch auch reine Online-Inhalte durch das Gremium der USK prüfen zu lassen. Der trägergebundene Spielmodus „Rettet die Welt“ wurde bereits 2017 pflichtgemäß durch die USK geprüft und mit einer Altersfreigabe ab 12 Jahren gekennzeichnet. Erst im Juli 2019 konnte, durch die realisierte Mitgliedschaft von Epic Games und die Entscheidung der Firma für eine Einreichung von Fortnite inklusive aller Spielmodi zur Prüfung, eine entsprechende Alterskennzeichnung durch die USK durchgeführt werden. Das Prüfungsgremium kam dabei zu dem Ergebnis, dass Fortnite inklusive aller Spielmodi ab 12 Jahren freigegeben ist (USK 2019a). Auch das außerhalb Deutschlands bestehende Kennzeichnungssystem PEGI hat das Spiel ab einem Alter von 12 Jahren klassifiziert (PEGI 2018). Mittlerweile ist durch die verbindliche Kennzeichnung der USK die ursprüngliche Empfehlung einer Freigabe ab 16 Jahren der IARC hinfällig (Spieleratgeber NRW 2019b).



Abbildung 4: USK ab 12 freigegeben (USK 2019b)



Abbildung 5: PEGI 12 (PEGI 2018)

Die Entscheidung zur Alterseinstufung ab 12 Jahren wird von der USK dadurch begründet, dass das Geschehen durch die grafische Darstellung und die verfremdeten Elemente, bereits für 12-jährige SpielerInnen jederzeit in eine fiktive Rahmung zuordnenbar ist. Die Treffervisualisierung ist zurückhaltend, ohne die Darstellungen von Verletzungen. Für 12-Jährige besteht kein Risiko der Entwicklungsbeeinträchtigung. Es gibt keine schockierenden Elemente und es wird nicht davon ausgegangen, dass ein riskanter Transfer der Spielhandlung in die reale Welt stattfindet. Ganz im Gegenteil werden dem Spiel sogar häufige humorvolle Elemente zugeschrieben, die auch 12-Jährige bereits anerkennen und entsprechend einordnen können (USK 2019a).

Eine zusätzliche Orientierung, für welches Alter Spiele wie Fortnite geeignet sind, bieten Angebote, wie zum Beispiel das Online-Portal „spielbar.de“ der Bundeszentrale für politische Bildung oder der Spieleratgeber NRW. Die pädagogische Beurteilung von „spielbar.de“ untersucht zum einen die Gewaltdarstellung in Fortnite und beschreibt das Ergebnis folgendermaßen. Die Grafik ist comichaft, wirkt bunt und teilweise überladen. In der Spielwelt findet man Wälder, Gebirge, Sümpfe und verschiedene Städte mit Fantasienamen wie „Tomato Town“ und „Loot Lake“. Nur die Waffen kommen in ihrer Darstellung der Realität nahe. Ohne Waffengewalt kann man den Battle-Royale-Modus, wie anfangs beschrieben, aber nicht gewinnen. Es gibt jedoch keine realistische Darstellung von Gewalt. Wenn sich SpielerInnen verletzen oder sterben sind weder Blut noch Leichen zu sehen. Eliminierte SpielerInnen verschwinden lediglich in einem Lichtstrahl. Sie lassen dabei ihren Loot, wie Waffen und Rohstoffe, zurück (Gaumann 2018). Der Spieleratgeber NRW beschreibt die Einschätzung der Gewaltdarstellung in gleicher Weise, ergänzt dazu noch den moralischen Graubereich, da durch die fehlende Hintergrundgeschichte und Zuschreibung von Gut und Böse eine gewisse Reflektionsfähigkeit gefordert ist. (Spieleratgeber NRW und Stadt Köln 2019).

Ein weiteres Prüfkriterium ist der Multiplayer in Fortnite. Das Spiel ist nur online und mit bis zu 100 SpielerInnen gleichzeitig spielbar. Deswegen ist es unumgänglich mit Fremden zusammenspielen. Solange nicht im Team, sondern allein gespielt wird, ist es nicht möglich von anderen Personen kontaktiert zu werden. Der In-Game-Chat wird erst im Team nutzbar. Sind gerade aber keine FreundInnen mit im Spiel, kann das Team per Zufallsgenerator mit fremden SpielerInnen gefüllt werden oder es findet ein eigener Beitritt in ein fremdes Team statt. Dadurch sind die Unbekannten in der Lage schriftlich und meist verbal Kontakt aufzunehmen (Gaumann 2018). Keine Seltenheit sind dabei Beschimpfungen und anderweitige unangemessene Verhaltensweisen, die dem Anbieter gemeldet werden können (Spieleratgeber NRW 2019b). Das kann mit ein Grund dafür sein, dass Kinder und Jugendliche häufig lieber mit ihren FreundInnen als mit Fremden spielen (Gaumann 2018).

Sowohl die pädagogische Beurteilung durch den Spieleratgeber NRW als auch die durch das Onlineangebot „spielbar.de“ kommen zu einer Altersempfehlung ab 14 Jahren (Spieleratgeber NRW und Stadt Köln 2019) (Gaumann 2018). Ab diesem Alter verfügen Jugendliche meist über eine gewissen Medienerfahrung und das notwendige entwicklungsbedingte Rüstzeug, um das Geschehen in Fortnite ohne nachhaltige Beeinträchtigungen einordnen zu können. Angemerkt wird in diesem Zusammenhang, dass es jedoch durchaus für sensiblere Gemüter durch die Hektik im Spiel, dem

Wettkampfcharakter sowie das konstante Bedrohungsszenario überfordernd sein kann (Spieleratgeber NRW und Stadt Köln 2019: 27). Zusätzlich berücksichtigen beide pädagogische Beurteilungen in ihrer Alterseinstufung das Geschäftsmodell, das sich hinter Fortnite verbirgt.

2.1.3 Geschäftsmodell

Fortnite: Battle Royale kann kostenlos für die gängigen Plattformen bzw. Betriebssysteme heruntergeladen werden. Dazu zählen beispielsweise Computer, Konsolen wie die Playstation oder Smartphones mit iOS von Apple oder Android von Google (Epic Games Germany GmbH 2019b). Dieses Vertriebskonzept bzw. Geschäftsmodell ohne Kaufpreis, nennt sich Free2Play. Geboten wird ein kostenloser Grundinhalt, der durch kostenpflichtige digitale Güter erweitert werden kann (Köberlein 2019). Anders wie in manch anderen Free2Play-Titeln können in Fortnite keine Güter gekauft werden, die den SpielerInnen spielmechanische bzw. Gameplay Vorteile bieten. In Fortnite stehen virtuelle kosmetische Gegenstände im Fokus. Diese sind bei Kindern und Jugendlichen sehr beliebt. Über Mikrotransaktionen, auch In-Game-Käufe genannt, werden „Skins“ gekauft, die das Aussehen der Spielfigur verändern oder bestimmte Bewegungen, wie Tänze der Figuren, freigeschaltet (Spieleratgeber NRW 2019a). Alle 24 Stunden werden neue käuflich zu erwerbende Outfits, Tänze und andere Gegenstände im „ITEM SHOP“ des Spielbildschirms vorgestellt (Herold 2019):

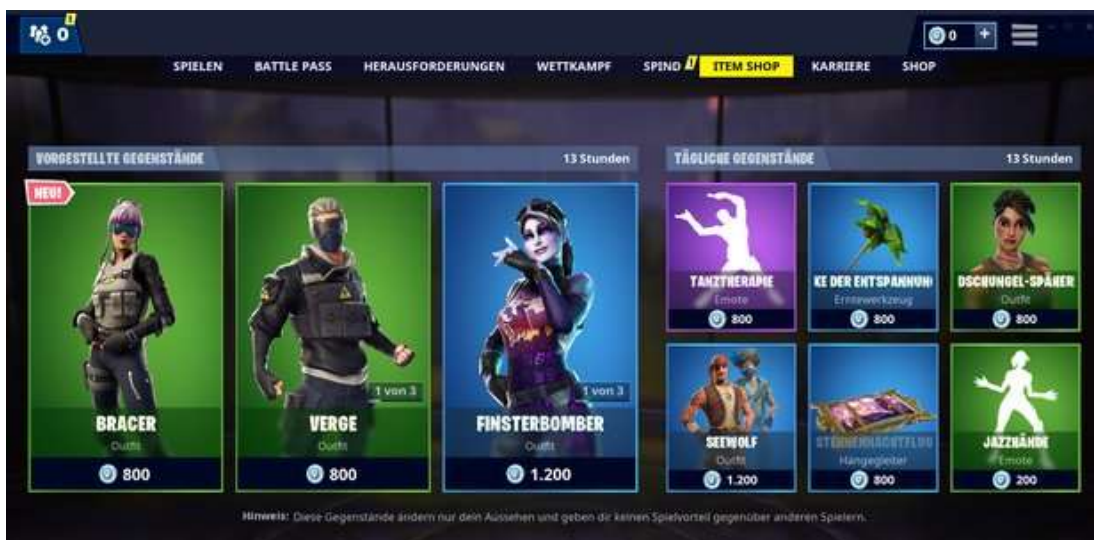


Abbildung 6: Fortnite Item-Shop (Herold 2019)

Bezahlt wird mit der In-Game-Währung „Vindertech Bucks“, die dafür gängige Bezeichnung ist die Kurzform „V-Bucks“. Diese können beispielsweise im „SHOP“ des Spiel sowie über Guthabekarten und -Codes im Einzel- und Onlinehandel erworben

werden. Für tägliches Starten von Fortnite und das Lösen von wechselnden Aufgaben erhalten SpielerInnen ebenfalls eine geringe Menge „V-Bucks“ (Just 2018).



Abbildung 7: Fortnite Shop (Just 2018)

Wie in der Abbildung ersichtlich kosten 1000 „V-Bucks“ 9,99 Euro. Das ergibt für einen einzelnen „Skin“, der im „ITEM SHOP“ beispielsweise 1200 „V-Bucks“ kostet, einen Preis von circa 12 Euro. Aus der Abbildung ist ebenfalls ersichtlich, dass ganze Pakete mit „V-Bucks“ zu Preisen bis über 100 Euro verkauft werden. Für 950 „V-Bucks“ kann jede „Season“ in Fortnite ein neuer „Battle Pass“ gekauft werden. Die „Seasons“ sind größere Updates für das Spiel, die viele optische Veränderungen, eine Umgestaltung der Spielwelt und neue Items beinhalten. Eine „Season“ ist auf einen Zeitraum von circa 66 Tagen begrenzt. Nach der zehnten „Season“ hat Epic Games das Spiel für wenige Tage außer Betrieb gesetzt, um dann ein zweites Kapitel mit einer neuen ersten „Season“, in einer komplett neuen Spielwelt zu starten (Epic Games Germany GmbH 2019d). Der Kauf des zur „Season“ passenden „Battle Passes“ schaltet die Möglichkeit frei, Gegenstände durch das Erreichen höherer Stufen zu erhalten. Im sogenannten kostenlosen „Free Pass“ sind weniger Items inkludiert (Epic Games Germany GmbH 2019a). Um alle 100 Stufen im „Battle Pass“ freizuschalten sind laut Epic Games zwischen 75 und 150 Spielstunden notwendig. Für diejenigen, denen das zu lange dauert, gibt es die Möglichkeit jede Stufe einzeln, für jeweils 150 „V-Bucks“ zu kaufen (Epic Games Germany GmbH 2019f). In Summe sind das 15000 „V-Bucks“ die umgerechnet circa 150 Euro kosten.



Abbildung 8: "Battle Pass" Screenshot (Epic Games Germany GmbH 2019a)

Die pädagogische Beurteilung durch den Spieleratgeber NRW berücksichtigt die Mikrotransaktionen in der Bewertung von Fortnite. Es wird dabei auf die verführerische Präsentation der meist limitierten Gegenstände hingewiesen. Kinder und Jugendliche können dadurch schnell dazu gebracht werden, Geld für diese auszugeben (Spieleratgeber NRW 2019a). Die Beurteilung durch das Portal „spielbar.de“ beinhaltet ebenfalls den Hinweis auf den spielinternen Shop und den besonderen Reiz, der dort auf die Kinder und Jugendlichen ausgeübt wird. Schließlich wollen sich die SpielerInnen mit ihrer Spielfigur von der Masse abheben. Andere sollen direkt sehen, wer gerade im Spiel mit ihnen agiert. Die limitierten Items erwecken laut der Autorin Ann-Kristin Gaumann den Eindruck, die SpielerInnen könnten etwas verpassen, wenn sie nicht sofort kaufen (Gaumann 2018). Der Fortnite Publisher Epic Games nutzt limitierte Items auch, wie das folgende Beispiel des „Samsung Galaxy Skins“ zeigt, um außerhalb der eigentlichen digitalen Spielwelt präsent zu sein (Samsung Electronics Austria GmbH 2018).

2.1.4 Verknüpfung der digitalen und realen Welt

Der „Samsung Galaxy Skin“ in Fortnite, der exklusiv für die KäuferInnen entsprechender Smartphones und Tablets von Samsung zur Verfügung steht, ist nur ein Beispiel wie Fortnite die digitale Präsenz mit der realen Welt verknüpft (Samsung Electronics Austria GmbH 2018). Eine weitaus größere Bühne hat der französische Fußballer Antoine Griezmann genutzt, um seine Verbundenheit mit dem Spiel zu zeigen. Sein Tor zum zwischenzeitlichen 2:1 im FIFA Fußballweltmeisterschaftsfinale 2018 bejubelte er mit dem sogenannten „Take the L“-Tanz, einem „Emote“ aus Fortnite. Für

den Tanz formen die SpielerInnen ein „L“ mit den Fingern vor der Stirn und hampeln dabei herum. Das „L“ steht für „Loser“ und kann als Verhöhnung der gegnerischen SpielerInnen verstanden werden (Herold 2018). Aber nicht nur Fußball-Stars tanzen die Fortnite-Tänze. Eine kanadische Familie hat unter dem Namen „Eh Bee Family“ „Emotes“ aus Fortnite nachgetanzt und unter dem Titel „Fortnite Dance Challenge“ mehrere Videos auf dem Portal YouTube hochgeladen. Die Beiträge, in denen die ganze Familie mittanzt, erreichen mittlerweile bis zu 91 Millionen Aufrufe innerhalb eines Jahres (YouTube 2019a). Ebenfalls eine nicht selten im Millionenbereich liegende Anzahl an Aufrufen ihrer Werke erreichen die StreamerInnen, die Fortnite spielen und das kommentierte Gameplay-Material auf Plattformen wie Twitch und YouTube hochladen. Als Beispiel kann der von einem Energydrink-Produzenten und diversen anderen Firmen gesponserte Streamer „Ninja“ genannt werden. Einzelne Fortnite Videos von ihm erreichen mehrere Millionen Aufrufe innerhalb weniger Tage (YouTube 2019b). Ebenfalls live in Streams zu verfolgen war die Fortnite Weltmeisterschaft 2019 im E-Sports Bereich. Bis zu 2,3 Millionen ZuschauerInnen verfolgten das Online-Turnier, an dem, inklusive der Qualifikationsrunden, über 40 Millionen SpielerInnen aus über 200 Ländern teilgenommen haben. Insgesamt wurden Preisgelder in Höhe von über 30 Millionen Dollar ausgeschüttet. Alleine der Sieger der Solo-Weltmeisterschaft hat 3 Millionen Dollar gewonnen (Epic Games Germany GmbH 2019c). Fortnite war zudem der Schauplatz, des weltweit ersten In-Game Konzerts. Der Künstler „Marshmello“ hat es im Februar 2019 geschafft, dass mehrere Millionen SpielerInnen gleichzeitig seinen Auftritt im Spiel besucht haben. Passende Belohnungen, wie exklusive „Skins“, für die SpielerInnen inklusive (Winkler 2019).

Das beschriebene Spielprinzip, Geschäftsmodell und die Präsenz von Fortnite außerhalb der digitalen Welt sind relevante Faktoren für die in Kapitel 3 durchgeführte medienpädagogische Analyse. Um das Spiel entsprechend untersuchen zu können werden im nachfolgenden Teil der Arbeit zunächst zentrale medienpädagogische Begriffe und Konzepte erläutert.

2.2 Medienpädagogik

Für das theoretische Fundament der medienpädagogische Analyse des digitalen Spiels Fortnite bedarf es der allgemeinen Definition hierfür grundlegender Begriffe. Die Auswahl und Beschreibungen sind aufgrund des Umfangs der Arbeit begrenzt und leisten daher nur einen stark gekürzten Einblick in die vielfältige Theorie der Medienpädagogik. Dieser, den weiteren Definitionen übergeordnete Begriff, verweist auf die Zugehörigkeit zur Pädagogik respektive zu den Erziehungswissenschaften und umfasst im weiteren Sinne alle Theorien und Studien, welche sich mit der Rolle der

Medien in Erziehung, Bildung und Sozialisation befassen“ (Süss 2018: 1). Die Autorinnen Trültzsch-Wijnen und Hartung-Griemberg bezeichnen die Medienpädagogik in ihrer Standortbestimmung als integrale Wissenschaft, die die Stammdisziplinen der Kommunikations- und Erziehungswissenschaften verknüpft. Die Grundlagenforschung in der Kommunikationswissenschaft dient dabei als Ausgangspunkt für die pädagogische Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen und individuellen Konsequenzen der medienvermittelten Kommunikation. Als Beispiele für Auseinandersetzung werden u.a. Medienwirkungen und Analyse von Prozessen der Medienaneignung und Mediensozialisation genannt (Trültzsch-Wijnen 2017b: 5).

In ihrer Einführung in die medienpädagogische Praxis und Forschung beschreiben die Autorin Sandra Fleischer und der Autor Daniel Hajok drei Hauptströmungen der Medienpädagogik, die nebeneinander existieren (Fleischer und Hajok 2016: 117):

Normative Medienpädagogik

Die Normative Medienpädagogik stellt das bewahrpädagogische Denken in den Vordergrund. Sie basiert auf den Annahmen, dass Menschen, insbesondere Kinder und Jugendliche, von äußeren Einflüssen und von der sie umgebenden Umwelt geformt werden. Es wird davon ausgegangen, dass bestimmte Personen beispielsweise auf Grund ihres Alters ein Bestimmungsrecht gegenüber jüngeren Menschen haben. Diesen wird aus einer Defizitperspektive heraus die Fähigkeit aberkannt, bereits in der Lage zu sein, bestimmte Medien richtig zu verstehen. Bezeichnend ist der Wunsch, Kinder und Jugendliche vor schlechten Medienangeboten zu schützen und sie stattdessen an gute bzw. förderliche Medieninhalte heranzuführen. Erwachsene schätzen Inhalte dabei anhand ihrer Normen und Werte für die Heranwachsenden ein, um ihnen ein gesundes Aufwachsen zu ermöglichen. Die dem zeitlichen bzw. gesellschaftlichen Wandel unterworfenen Normen sind in der Bewertung der Medienangebote maßgebend. Der Staat in Form des Bundes und der Bundesländer versteht den Schutz von Kindern und Jugendlichen vor negativen Medien, auch in präventiver Weise, als wichtigen Auftrag. Mögliche Belastungen und Desorientierungen sollen so verhindert werden. Bezogen auf die Risiken in der Welt der Medien ist der gesetzliche Jugendmedienschutz eine der wichtigsten Handlungsgrundlagen. Ein Instrument zur Beschränkung des Zugangs junger Menschen zu bestimmten Medien ist dabei die Altersfreigabe. Die heutigen Akteure des Jugendmedienschutzes berücksichtigen in ihren Einschätzungen die Kinder und Jugendliche als Persönlichkeiten mit eigenen Rechten sowie die Kindheit und Jugend als gleichberechtigte Lebensphasen. Bei der Bewertung und Entscheidung über die Zugänglichkeit ist jedoch weiter die Meinung

der Erwachsenen bestimmend. Argument für diese Vorgehensweise ist, dass auf eine grundsätzlich schützenden Rahmung von Medienhandeln im öffentlichen Raum abgezielt wird, ohne in die Erziehungshoheit der Eltern einzugreifen (Fleischer und Hajok 2016: 118–120).

Bildungstechnologische Medienpädagogik

Die Bildungstechnologische Medienpädagogik hat ihren Ursprung im sogenannten Sputnik-Schock. Die westliche Welt, darunter auch die Bundesrepublik Deutschland, interpretierte die 1957 erfolgte Entsendung des sowjetischen Flugkörpers in die Erdumlaufbahn u.a. als möglichen Rückstand in technischem Wissen gegenüber der kommunistischen Gesellschaft. Daraufhin folgten Bestrebungen, den vermeintlichen Bildungsabstand mit Hilfe eines Einsatzes von Technik und Medien, beispielsweise dem Schulfernsehen, als förderliche Lernmittel aufzuholen. Mittlerweile werden die Mediendidaktik, das Lernen mit Medien und E-Learning der Bildungstechnologischen Medienpädagogik zugeordnet. Dazu gehört zum Beispiel die Möglichkeit, Lernerfolge über Onlinemedien und multimediale Angebote zu erreichen (Fleischer und Hajok 2016: 120–121).

Handlungsorientierte Medienpädagogik

„Die Handlungsorientierte Medienpädagogik steht für einen kritischen, aber unaufgelegteren Blick auf Medien und die Funktionen, die sie für die Menschen haben“ (Fleischer und Hajok 2016: 121). Die Betrachtung der möglichen Einflüsse auf Subjekt und Gesellschaft erfolgt hier über den Fokus der Gefahren und Risiken hinaus. Mediengeräte werden mehr als Werkzeuge in Menschenhand und Medieninhalte mehr als Mittel von Kommunikation von Menschen für Menschen gesehen. Die Handlungsorientierte Medienpädagogik geht von einem Mensch als handlungsfähiges Subjekt aus, der in der Lage ist, sich Medien in kompetenter und kritischer Weise anzueignen. Die auf Medien bezogene pädagogischen Praxis und das medienpädagogische Denken stellen in Bezug auf die Handlungsorientierung wesentliche Inhalte heraus. Das Mensch- und Gesellschaftsbild ist demnach eine Aushandlung von Bedeutungen. Zu den Grundgedanken gehört, Handlungsräume aufzuzeigen und herzustellen. Als Lernform wird das Handelnde Lernen (Kapitel 2.2.3) festgelegt und es erfolgt eine Orientierung am alltäglichen Handeln der Zielgruppe. Pädagogisches Ziel ist eine Ermöglichung von Handeln mit Medien. Hierbei wird dem bewahrendem Schutzgedanken hinsichtlich Normen und Werte, eine Befähigung und kritische Überprüfung hinsichtlich einer Mit- und Umgestaltung, als Ziel entgegengesetzt. Die Befähigung ist in anderer Weise formuliert, die Förderung von Medienkompetenz (Fleischer und Hajok

2016: 121). Seit dem 21. Jahrhundert ist die Förderung der Medienkompetenz, welche im weiteren Verlauf dieses Kapitels ausführlicher definiert wird, zunehmend in den politisch und gesellschaftlichen Fokus gerückt (Süss 2018: 1–2). Aber bereits und insbesondere in den 1980er Jahren vollzog sich der Paradigmenwechsel hin zu RezipientInnen, die als aktiv, kritisch und kompetent anzusehen sind. Kinder und Jugendliche wurden dieser Kategorie ebenfalls zunehmend zugeordnet. Die Akzeptanz, sie als ExpertInnen ihrer Lebenswelt zu betrachten, nahm zu. Bestandteil der Handlungsorientierten Medienpädagogik ist daher, das Individuum mit seinen Motiven und Bewertungen zu betrachten. Dabei wird der Umgang mit Medien als individueller Prozess der Medienaneignung angesehen. Ankerpunkt der konzeptionellen und praktisch umgesetzten Handlungsorientierung ist immer das Subjekt. Dessen Lebensumstände und benötigte Kompetenzen zur Bewältigung stehen im Mittelpunkt. Anerkennen der Kinder und Jugendliche als ExpertInnen heißt in diesem Kontext auch, ihre Problemstellungen, Sichtweisen und Bewertungen kennenlernen und anerkennen zu wollen. Um dies zu erreichen ist eine Kommunikation mit den Kindern und Jugendlichen unabdingbar. Für PädagogInnen ist in der Praxis wichtig, sich nicht über ihre Zielgruppe zu erhöhen, sondern im gemeinsamen Handeln nach Gleichberechtigung zu streben sowie beispielsweise Themen und Ausdrucksformen der KlientInnen wertzuschätzen. Wichtig für eine erfolgreiche Umsetzung der Handlungsorientierten Medienpädagogik ist zudem die besondere Bedeutung von Handlungsräumen zu berücksichtigen. Das können Orte sein, die unterschiedliche Ressourcen bieten, in denen ein Aufenthalt möglich ist und in denen sich Menschen begegnen und erproben. Nach wie vor haben Kinder und Jugendliche einen ungleichen Zugang zu diesen Räumen und Ressourcen. Handlungsorientierte MedienpädagogInnen ermöglichen die Zugänge und akzeptieren dabei eine mögliche Umgestaltung der Räume durch die Kinder und Jugendlichen (Fleischer und Hajok 2016: 121–122).

Wie in diesem Definitionsversuch ersichtlich, wird der Begriff der Medienpädagogik primär mit Kindern und Jugendlichen verbunden. Er umfasst aber auch die Erwachsenenbildung. Seit den 1990er Jahren hat sich daher auch der Begriff der Medienbildung etabliert (Süss 2018: 1–2).

2.2.1 Medienbildung und -erziehung

Die Medienbildung entkoppelt die starke Bindung an Kinder und Jugendlichen, da Bildung über das ganze Leben entlang stattfindet. Inbegriffen ist zudem der Bezug zum Bildungsauftrag der Schulen (Süss 2018: 1–2). Die Medienbildung orientiert sich in ihrer Begrifflichkeit also stärker am lernenden Subjekt und an damit verbunden Prozessen. Bildung umfasst mehr die Aneignung der Kultur und des Menschwerdens aus

ganzheitlicher Sicht und weniger die Aneignung von konkreten Sachverhalten, wie zum Beispiel medialen Inhalten. Aus dieser Betrachtungsweise heraus kann die Förderung von Medienkompetenz als ein Ziel von Bildungsprozessen bezeichnet werden (Fleischer und Hajok 2016: 135). Medienbildung kann zudem als ein Aspekt der Persönlichkeitsbildung verstanden werden, der Medienkompetenz voraussetzt und darüber hinaus Fähigkeiten einschließt, die es Personen ermöglichen, Medien für sich zu reflektieren und sich ohne Probleme auf neue medienbezogene Situationen einstellen zu können (Süss 2018: 111–112).

„Medienerziehung weist eine enge Nähe zur Medienbildung auf, die einerseits als Prozess, aber auch als Ergebnis pädagogischer Bemühungen verstanden werden kann. Während der Begriff Erziehung suggeriert, dass es ein einheitliches Erziehungsziel – den richtigen bzw. kompetenten Mediengebrauch – gibt, nimmt der Bildungsbegriff eine ganzheitliche Perspektive in Anspruch“ (Süss 2018: 136). Zentrales Bedürfnis sowohl der Medienerziehung als auch der Medienbildung ist es nicht, Kinder und Jugendliche im Sinne der Normativen Medienpädagogik vor Medieninhalten zu bewahren. Vielmehr gilt es in einer aktiven und pädagogischen Rahmung Handlungs- und Erfahrungsräume zu bieten. Diese ermöglichen den Kindern und Jugendlichen einen frühzeitigen Zugang, um Erfahrungen mit verschiedenen Medien zu sammeln. Sie können für eine aktive und gemeinsame Bearbeitung mit Erwachsenen genutzt werden. Kinder und Jugendlichen werden zudem in die Lage versetzt sich angemessen über Inhalte auszudrücken. Aus der Medienerziehungsdefinition wird ersichtlich, dass Kinder und Jugendliche verstärkt im Zentrum dieser Beschreibungen stehen. An ihren individuellen Kompetenzen, ihrem Vorwissen und Alltagserfahrungen soll angeknüpft werden, um sie durch medienerzieherischen Handeln schrittweise an die Welt der Medien heranzuführen und sie zu unterstützen, einen kritisch-reflexiven Umgang mit Medieninhalten zu entwickeln. Zusätzlich gilt es Chancen und Risiken im Medienumgang zum Thema zu machen. Zur Umsetzung dieser Anforderungen sind neben den Familien die institutionellen ErziehungsakteurInnen gefordert, die in formellen und informellen Settings die didaktische Möglichkeit haben, beispielsweise digitale Medien aktiv zum Einsatz zu bringen. Sowohl Medienbildung als auch Medienerziehung sollen, vor allem junge Menschen, frühzeitig bei der Orientierung in der Medienlandschaft und beim Aufbau von Medienkompetenz unterstützen (Fleischer und Hajok 2019: 62–63).

2.2.2 Medienkompetenz

Die Medienkompetenz ist ein leitender Begriff und zentrales theoretisches Konzept der Medienpädagogik. „Sie umfasst die Wissensbestände über Medien sowie Fähigkeiten, Medien souverän bedienen, kritisch beurteilen und kreativ gestalten zu können. Sie kann eigenständig im Rahmen von Selbstsozialisationsprozessen erworben werden, sie wird aber auch mit Hilfe medienpädagogischen Handelns in formalen wie non-formalen Bildungssettings gefördert“ (Sander u.a. 2008: 93). Medienkompetenz ist somit Bildungsaufgabe und Zielkategorie zugleich. Die wachsende Bedeutung von Medien im Alltag bringt dabei neue, sich ständig wandelnde Herausforderungen insbesondere für Kinder, Jugendliche aber auch Erwachsene mit sich. Medienkompetenz im Kontext des stetigen technologischen Fortschritts ist somit Bestandteil eines lebenslangen Lernens und kein statischer Zustand. Aus bildungspolitischer Sicht wird Medienkompetenz gern als Schlüsselqualifikation in einer Informations- und Mediengesellschaft gesehen. Darauf beeinflussende Faktoren wie beispielsweise das soziale Umfeld, persönliche Interessen und Lebensziele variieren je Individuum und sollten in ihrer unterschiedlichen Ausprägung nicht unbeachtet bleiben (Süss 2018: 109). Hier setzen sogenannte medienpädagogische Programme an, die Kinder und Jugendliche mit ihren unterschiedlichen Voraussetzungen dabei unterstützen sollen, Medienkompetenz zu erwerben. Neben dem informellen Erlernen in der Familie bieten die Schule als formeller Bereich und non-formelle Bereiche wie die Jugendarbeit, Möglichkeiten zur Entwicklung von Medienkompetenz, die grundsätzlich über selbstorganisierte Lernprozesse zu erlangen ist. Daraus ergibt sich der Schlüsselweg zur Medienkompetenz, der Medienprojekte in den Mittelpunkt stellt. Hier besteht die Chance sich freisetzende intrinsische Motivation und die alltäglichen Lebensbezüge mit verbundenen Selbstsozialisationsprozessen zu vereinen (Sander u.a. 2008: 95).

In der Detailbetrachtung unterschiedlicher theoretischer Konzepte von Medienkompetenz findet sich die zentrale Übereinstimmung, dass es sich um einen sogenannten Beobachterbegriff handelt. Medienkompetenz ist zwar nicht direkt beobachtbar, aber wird den handelnden Personen von BeobachterInnen aufgrund einer Bewertung von Anlagen, Fähigkeiten und Bereitschaften zugeschrieben (Sander u.a. 2008: 95). In diesem Zusammenhang bedarf es der Beachtung, dass immer auch ein Szenario denkbar ist, in dem die lernende Person tatsächlich über eine höhere Medienkompetenz verfügt als die lehrende Person. Dies kann sich beispielsweise aus dem Aufwachsen der lernenden Person in einer digitalisierten Gesellschaft ergeben. Diese Personen werden mitunter als „Digital Natives“ bezeichnet. Das beschriebene Un-

gleichgewicht führt letztendlich zu einer Umkehr der Verhältnisse zwischen Lernenden und Lehrenden (Barberi 2017: 153–154). Wie sich aus der empirischen Forschung von Medienkompetenz ergibt, bedeutet ein junger Mensch zu sein aber nicht gleichzeitig souveränes Medienhandeln zu beherrschen. Bei einer Untersuchung von 12 bis 20-jährigen Personen wurde insbesondere festgestellt, dass das Bildungsniveau besonders ausschlaggebend ist. Das Ausmaß der Medienkompetenz, in diesem Fall beschrieben als die schnelle und flexible Aneignung von Fähigkeiten im Umgang mit alten und neuen Medien, erhöht sich laut den ForscherInnen mit steigendem formellen Bildungsniveau. Bestätigt wurde zudem die Wichtigkeit der sozialen Umwelt, die zur Entwicklung von Medienkompetenz beiträgt. Diese wirkt sich positiv aus, wenn sie eine aktive Auseinandersetzung mit Medien und zusätzlich Lernanreize bietet (Sander u.a. 2008: 96). „Vor allem in informellen Bildungs- und Sozialisationsprozessen im unmittelbaren sozialen Umfeld werden bestimmte Fähigkeiten und Fertigkeiten, wie etwa eine eher text- oder bildbasierte Mediennutzung, oder ein Wissen über potenzielle Chancen und Risiken bzw. ein sozial erwünschter Medienumgang, vermittelt“ (Trültzsch-Wijnen 2017a: 175).

Das tatsächliche Medienverhalten eines Individuums, auch Medienperformance genannt, basiert auf dem jeweiligen Habitus und ist somit ebenfalls besonders abhängig von der sozialen Umgebung des Individuums. Zusätzlich wirken sich soziodemographische Faktoren, wie beispielweise das Alter auf die Präferenzen in der Nutzung von Medien aus. Eine Mediengeneration hat sich ihrer täglichen Zeitungslektüre verschrieben, eine andere ruft die Nachrichten über das Smartphone auf. Das Geschlecht ist ein weiterer Faktor, der sich auf die Medienperformance auswirkt. Jungen interessieren sich demnach eher für Computerspiele als Mädchen. Diese widmen sich wiederum stärker der Beziehungspflege über Onlinenetzwerke (Trültzsch-Wijnen 2017a: 175–176). Es zeigt sich, dass die Medienkompetenz ein vielschichtiger und mehrdimensionaler Begriff ist. Die folgende Tabelle fasst noch einmal stark vereinfacht die zentralen Bereiche der Medienkompetenzförderung in Bezug auf Bildung und Erziehung zusammen:

Medienkompetenz(-förderung)	
Erfahrungen und Kenntnisse mit Medien erweitern	<ul style="list-style-type: none"> • Medien im Alltag entdecken, • Funktionsweisen erforschen, • Bedienung und sinnvolle Verwendung technischer Geräte aneignen.

Medien nutzen	<ul style="list-style-type: none"> • Fähigkeit und Verständnis, Medien(-Inhalte) für eigene Bedürfnisse, Anliegen und Fragen zu verwenden. • Aneignung von Medien als Informationsquelle, Lernmittel, Kommunikationsmittel, für den Ausdruck von Kreativität, als Angebot der Unterhaltung und Entspannung sowie für ästhetisches Erleben.
Eigener Medienumgang	<ul style="list-style-type: none"> • bewusste Wahrnehmung und • Fähigkeit zu reflektieren: <ul style="list-style-type: none"> • medienbezogene Erfahrungen oder Emotionen ausdrücken und verarbeiten zu können sowie • alternative Handlungsoptionen bei zukünftigem Medienumgang auf Basis der Auseinandersetzung miteinander beiziehen.
Wesen und Funktion von Medien durchschauen	<ul style="list-style-type: none"> • Eigenes Wissen auf Basis von Erfahrungen entwickeln, um erkennen zu können, dass: <ul style="list-style-type: none"> • Medien(-inhalte) und Strukturen von Menschen gemacht sind und • Absichten, wie z.B. Werbung, kommerzieller Erfolg, sammeln persönlicher Daten, Kontrolle und Überwachung dahinterstehen können.

Tabelle 1: Medienkompetenz(-förderung) (eigene Darstellung in Anlehnung an (Fleischer und Hajok 2016: 134))

2.2.3 Medienaneignung

Wie die Förderung der Medienkompetenz, ist auch der Medienaneignungsprozess von Individualität, Gesellschaft, sozialen sowie medialen Bedingungen beeinflusst (Fleischer und Hajok 2019: 65). Die AutorInnen Theunert und Schorb bestimmen in ihrem Konzept, vier miteinander verbundene und in Teilen parallel laufende Medienaneignungsdimensionen (Schorb und Theunert 2000: 33–57):

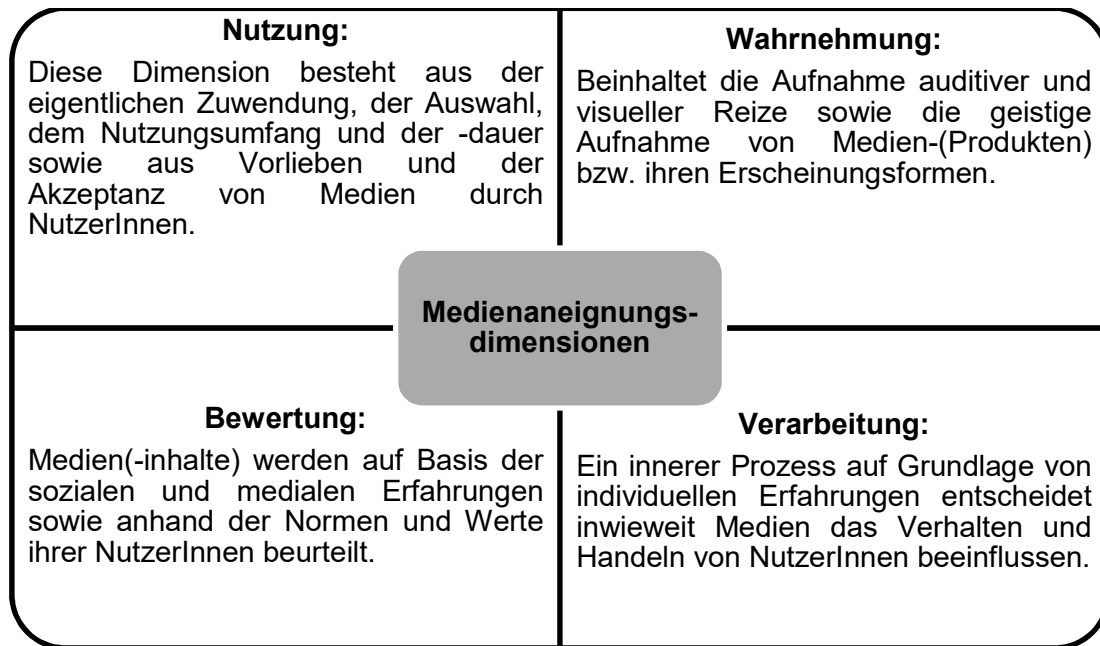


Abbildung 9: Medienaneignungsdimensionen (eigene Darstellung in Anlehnung an (Fleischer und Hajok 2016: 151))

Aktiv handelnde Kinder und Jugendliche eignen sich Medien(-inhalte) bei der Nutzung und Wahrnehmung, aber auch in der vorgelagerten Suche und Auswahl sowie in nachgelagerten kommunikativen Auseinandersetzungen, insbesondere in ihren Peer-groups, an. Der Prozess erfolgt schrittweise in Abhängigkeit des Entwicklungsstandes der Heranwachsenden, der handlungsleitenden Themen, dem Angebot an Medien und der sozialen Umwelt. Dabei sind, neben den individuellen Fähigkeiten, Erfahrungen, Interessen und Vorlieben, die Erziehenden, insbesondere die Eltern mit ihren spezifischen Ansichten ausschlagend. Ebenso beeinflussen weitere soziale Bezugspersonen wie LehrerInnen, ErzieherInnen, FreundInnen und ältere Geschwister den Medienaneignungsprozess (Fleischer und Hajok 2019: 65). Wird der Prozess gestört bzw. nicht ausreichend gefördert, ist es Aufgabe der Eltern und der Bezugspersonen, im Sinne der Medienerziehung zu intervenieren (Spanhel 2006: 180). Um hierbei richtig zu handeln, ist es notwendig zu verstehen, wie der von komplexen Zusammenhängen geprägte Prozess der Medienaneignung stattfindet. Die medienpädagogische Forschung untersucht hierfür Grundfragen, die in die drei Hauptströmungen der Medienpädagogik unterteilbar sind (Fleischer und Hajok 2016: 162–163):

Hauptströmung	Fragestellungen	Perspektiven
Normative Medienpädagogik	Welche negativen und positiven Folgen kann die Nutzung bestimmter Medienangebote auf das Denken, Fühlen und Handeln von Kindern und Jugendlichen haben? Vor welchen Medienangeboten sind Heranwachsende wie wirksam zu schützen? An welche Angebote sollten sie wie herangeführt werden?	Kinder und Jugendliche als von Medien beeinflusste Individuen
Bildungstechnische Medienpädagogik	Wie lassen sich die verschiedenen Medien von Lehrenden als didaktische Mittel zur Wissensvermittlung nutzen? Welche Möglichkeiten bieten die Medien zur selbstständigen Wissensaneignung? Wie sind die Lerninhalte von Medien didaktisch und nutzerfreundlich aufzubereiten?	Kinder und Jugendliche als mit Medien Lernende
Handlungsorientierte Medienpädagogik	Wie eignen sich Kinder und Jugendliche Medien und Kommunikationsstrukturen an? Wie artikulieren sie sich mittels Medien und gestalten sie ihre sozialen Beziehungen aus? Mit welchen Hilfs- und Unterstützungsangeboten können sie Risiken ihres Medienumgangs frühzeitig erkennen und Chancen besser wahrnehmen?	Kinder und Jugendliche als aktiv mit Medien handelnde Subjekte

Tabelle 2: Fragestellungen und Perspektiven medienpädagogischer Forschung (Fleischer und Hajok 2016: 163)

2.2.4 Mediensozialisation

In den vorangegangenen Definitionen wurde bereits mehrfach die Bedeutung von Sozialisationsprozessen und sozialer Umwelt im Kontext der Medien hervorgehoben. Unter Sozialisation wird im Kern die Persönlichkeitsentwicklung gesehen, die durch eine permanente Interaktion zwischen individueller Entwicklung und den umgebenden sozialen Bedingungen geprägt ist. Dabei findet eine aktive und produktive Verarbeitung dieser Erfahrungen statt, die ständig durch innere körperliche, psychische sowie äußere soziale und physische Gegebenheiten beeinflusst wird (Hurrelmann und Bauer 2015: 15). Im Fokus steht dabei nicht die Anpassung des Individuums an die Umwelt, sondern die aktive Auseinandersetzung und Gestaltung der Umwelt durch das Individuum. Die Mediensozialisation enthält als Spezifikation alle Aspekte,

die für die psychosoziale Entwicklung von Menschen von Bedeutung sind. Ein zentraler Bestandteil dabei ist der Erwerb, der in dieser Arbeit bereits definierten Medienkompetenz. Die Erziehenden, die Gleichaltrigen, die Individuen an sich und der gesellschaftliche Rahmen, der Spielräume und Einschränkungen im Umgang mit Medien(-inhalten) verantwortet, beeinflussen den Prozess der Mediensozialisation. Dieser beschränkt sich jedoch nicht nur auf die Phase der Kindheit und Jugend, sondern findet auch bei Erwachsenen statt. Ein Beispiel hierfür ist der Wechsel, wenn aus Erwachsenen Eltern werden. Zum einen ist Medienkompetenz aus einer Elternperspektive gefordert, zum anderen findet ein wechselseitiger Sozialisationsprozess zwischen Kind und Eltern statt (Süss 2018: 19–20). Eine gelingende Mediensozialisation im Alltag kann zur Entfaltung des Potentials von Individuen beitragen und Chancen ermöglichen (Süss 2018: 42).

2.2.5 Chancen durch den Umgang mit Medien

Medien bieten sich an, mit ihren vielfältigen Ressourcen für eine gelingenden Sozialisation genutzt zu werden. Denkbar ist eine Vielzahl von Szenarien. So können Menschen beispielsweise, bedingt durch den hohen Aufforderungscharakter der Medien lernen, ihre Zeit mit Bewusstsein zu gestalten. Wer nicht aufgrund mobiler Geräte permanent zur Verfügung stehen will, muss lernen sich abgrenzen zu können. Medien können zudem als anregende Ergänzung in der sozialen Umwelt genutzt werden, wenn beispielsweise Face-to-Face-Beziehungen durch mediale Kommunikation ergänzt wird (Süss 2018: 42–43). Feinmotorische Fähigkeiten und körperliche Geschicklichkeit verbessern sich unter Umständen durch den Gebrauch von Computerspielen oder der Anwendung von Smartphones und Tablets. Speziell an bestimmte Zielgruppen gerichtete Angebote, wie zum Beispiel fiktionale Serien oder auch non-fiktionale Berichterstattungen über Kriegsgeschehnisse in der Welt, können die Entwicklung eines moralischen Urteilsvermögens anregen und einen Teil zur Aneignung von Werten sowie ideologischen Positionen beitragen. In der Auseinandersetzung mit Ereignissen und dem Handeln der Figuren in den Medien wird versucht, die Inhalte in das eigene Welt- und Menschenbild einzuordnen. Medien eignen sich beispielsweise auch für Identitätsarbeit, soziale Vergleichsprozesse, der Konfrontation mit Geschlechterrollen oder mit Modellen der Erziehung, Partnerschaft und Familie. Heutzutage steht jedoch besonders der Medienumgang junger Menschen mit digitalen Medien im Fokus der Möglichkeiten. Das größte Potential erschließt sich dabei aus der zunehmend veränderten Rolle von Jugendlichen und Kindern, die Inhalte nicht mehr nur konsumieren bzw. rezipieren. Sondern sie produzieren selbst, setzen sich aktiv mit Inhalten auseinander und gewinnen dadurch an Kompetenz. Sie werden

zu ProsumentInnen, die beispielsweise Videos und Beiträge erstellen oder sie sind TeilnehmerInnen von Medienprojekten an Schulen. Gerade das Social Web bietet einige mehr oder minder geschützte Handlungsräume, in denen sich junge Menschen ausprobieren und anderen Personen präsentieren können. Soziale Räume werden hier auch genutzt um Neues zu entdecken, sich mit Gleichaltrigen auszutauschen, zusammenzufinden und ein Wir-Gefühl in den Peergroups zu entwickeln. Der Umbau sozialer Beziehungen, in denen die Eltern eine kleinere und Gleichaltrige eine größere Rolle spielen, ist ohnehin notwendiger Teil der Persönlichkeitsentwicklung (Fleischer und Hajok 2016: 90–91). Für die gesamte Entwicklung der Heranwachsenden ist auch das Sammeln von Erfahrungen beim partizipativen Medienhandeln wertvoll. „Betrachtet man die neuen Medienwelten und Kommunikationsstrukturen, die sich mit Internet und digitalen Endgeräten längst im Alltag Heranwachsender etabliert haben, hinsichtlich ihrer Chancen für eine kulturelle und gesellschaftliche Teilhabe, dann lassen sich unter dem Stichwort partizipatives Medienhandeln folgende Potentiale des Medienumgangs junger Menschen als markant herausstellen“ (Fleischer und Hajok 2016: 92):

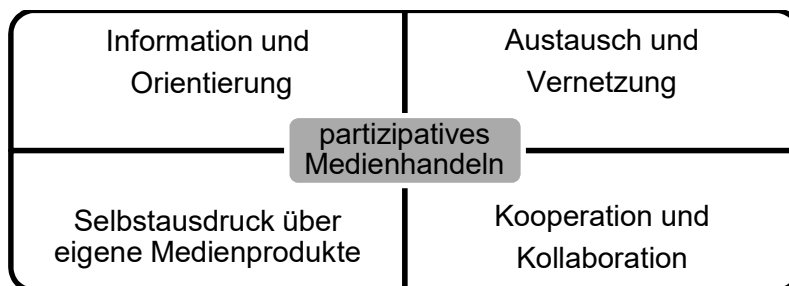


Abbildung 10: Partizipatives Medienhandeln (eigene Darstellung in Anlehnung an (Fleischer und Hajok 2016: 92)

Das Potential **Information und Orientierung** ergibt sich aus den persönlichen Interessen und Vorlieben, wobei sich die Kinder und Jugendlichen dementsprechende, orts-, zeit- und trägermedienunabhängige Zugänge zu Informationen verschaffen und diese vor allem zur Orientierung nutzen. Das zweite markante Potential, **Austausch und Vernetzung** beinhaltet alle Aspekte rund um Kommunikationsformen, denen über Face-to-Face-Beziehungen hinaus, räumlich, zeitlich und sozial-situativ keine Grenzen mehr gesetzt sind. Netzwerke junger Menschen dienen dabei beispielsweise zum Interessensaustausch und um Probleme zu klären. Viele Heranwachsende rufen ein weiteres Potential, das sich **Selbstaussdruck über eigene Medienprodukte** nennt, dadurch ab, dass sie aktiv Bilder, Videos und Texte erstellen oder Werke anderer verändern und umgestalten. Diese werden teils öffentlich präsentiert, was Fä-

higkeiten und Fertigkeiten fördert. Sie erhalten gegebenenfalls Feedback, Anerkennung und können ihre Position dazu vertreten. Das Potential **Kooperation und Kollaboration** beschreibt das Erschaffen gemeinschaftlicher Inhalte und Strukturen im Netz über verschiedenste Weisen der Zusammenarbeit. Ein Beispiel hierfür ist das hochladen, kommentieren oder bewerten von Beiträge auf Videoplattformen wie YouTube (Fleischer und Hajok 2016: 92).

Die hier nur auszugsweise beschreibbaren, vielfältigen Chancen, die sich den Heranwachsenden u.a. durch die vernetzten Medienwelten bieten, macht sie zu ExpertInnen in ihren medialen Partizipationsräumen und darüber hinaus. Sie erleben neue Wege Autonomie zu erfahren, sich als kompetent zu erleben und entwickeln ein Gefühl der sozialen Einbettung (Fleischer und Hajok 2016: 92–93).

2.2.6 Risiken durch den Umgang mit Medien

Risiken und Gefahren im Umgang mit Medien stehen vor allem im Fokus, wenn Kinder und Jugendliche von den Erwachsenen weniger als aktiv handelnde Subjekte mit bereits in Teilen vorhandener Medienkompetenz, wahrgenommen werden. Der Blick sieht zwar keine (noch) unerfahrenen MediennutzerInnen, die den Medien heillos ausgeliefert sind, aber die potentielle Gefahr von negativen Einflüssen im Umgang mit Medien (Fleischer und Hajok 2016: 93). Risiken können im Prozess in Form von Entwicklungsverzögerungen oder -störungen auftreten. Heranwachsende werden durch Medien mit Konsum- und Konformitätsdruck konfrontiert. Medien können Tagesabläufe aufgrund ihrer Programmstrukturen beherrschen sowie das Selbst- und Weltbild verzerren (Süss 2018: 42–43). Die Sicht der gesetzlichen Regelungen im Kinder- und Jugendmedienschutz erklärt die Gründe warum gerade bei jungen Menschen ein besonderes Gefährdungspotential besteht. Die Heranwachsenden sind aufgrund ihrer noch nicht abgeschlossenen körperlichen, geistigen, sozialen und moralischen Entwicklung stärker durch Medien beeinflussbar. Gewisse Inhalte können noch nicht verarbeitet werden. Ohne das Verstehen und einem gleichzeitig problembehafteten Medienumgang ist die Persönlichkeitsentwicklung gefährdet. Das Medienhandeln ist während des selbstständigen Erschließens weniger von Vorsicht und mehr von Neugierde gekennzeichnet. Dabei können die Folgen des Handelns nicht immer richtig abgeschätzt werden. Oftmals sind die Kinder und Jugendlichen bei der Mediennutzung auf sich allein gestellt. Die Erziehenden begleiten und kontrollieren nicht, dementsprechend können sie Gefährdungspotentiale nicht erkennen (Fleischer und Hajok 2016: 93).

Unstrittig ist, dass Medien eine Wirkung auf Kinder und Jugendliche bzw. ihr Denken, Fühlen und Handeln haben. Medieninhalte können ihre Haltungen und Werte negativ beeinflussen. Ein generalisiertes Bild solcher Beeinflussungen lässt sich jedoch nicht feststellen. Jeder junge Mensch ist einzigartig und unterschiedliche von zahlreichen Faktoren geprägt, die sich wiederum auf das Medienverhalten auswirken. Es gibt jedoch Medieninhalte, die Inhalts- bzw. Kontakt Risiken mit sich bringen und somit als generell ungeeignet und gefährdend eingestuft werden. Das Jugendschutzgesetz und der Jugendmedienschutz-Vertrag definieren in ihrem Regelwerk, welche Darstellungen besondere Risiken mit sich bringen und von daher nicht erlaubt sind. Dazu gehören beispielsweise Krieg und Gewalt verherrlichende sowie kinderpornografische Inhalte, die auch für Erwachsene absolut unzulässig sind. Als schwer gefährdend für die Persönlichkeitsentwicklung Minderjähriger werden zum Beispiel rassistische Ideologien, die Darstellung von grausamer Gewalt und die Verführung zum Gebrauch von Suchtmitteln eingestuft. Bei bestimmten Altersgruppen kann es zu einer Beeinträchtigung und Verunsicherung kommen, wenn beispielsweise Gewalt dargestellt wird. Ängste oder die Übernahme problematischer Handlungsweisen, Einstellungen, veränderte Wertvorstellungen oder Rollenbilder können die Folge sein. Als unerlaubt werden in kind- und jugendaffinen Mediumgebungen u.a. auch Werbeinhalte eingestuft, die sie unter Ausnutzung ihrer Leichtgläubigkeit und Unerfahrenheit zum Kauf von Waren oder Dienstleistungen auffordern. Die Autorin Sandra Fleischer und der Autor Daniel Hajok kritisieren die in der Ausführung aufgelisteten Risiken aus Sicht der JugendschützerInnen, als lückenhaft. Sie verweisen dabei auf die neuen Rollen der Kinder und Jugendlichen als MarktteilnehmerInnen, die dadurch u.a. versteckten Kosten oder dem Abgreifen ihrer persönlichen Daten ausgesetzt sind. Teilweise sind sie auch selbst an Cybermobbing und ähnlichem beteiligt, üben Gruppendruck aus oder attackieren andere Personen (Fleischer und Hajok 2016: 94–96). Passend zu dieser erweiterten Sichtweise visualisieren und kategorisieren Heike Schaumburg und Doreen Prasse die unterschiedlichen Risiken bei der Nutzung digitaler Medien wie folgt:

	Kind/Jugendliche als RezipientInnen	Kind/Jugendliche als TeilnehmerInnen	Kind/Jugendliche als AkteurInnen
Kommerzielle Interessen	Werbung, Spam, Sponsoring	Verfolgung/ Sammlung von persönlichen Informationen	Glücksspiel, illegale Downloads, Hacken

Aggression/ Gewalt	Gewaltverherrlichende / grausame / volksverhetzende Inhalte	Mobbing, Belästigung, Stalking	Mobbing, Belästigung, Stalking
Sexualität	Pornographische / schädliche Inhalte	Treffen mit Fremden, missbräuchliche Annäherungsversuche	Erstellen, Hochladen, Weitergeben von pornographischem Material
Werte	Rassistische / verzerrte Informationen / Ratschläge (z.B. Werbung für Drogen)	Selbstverletzung, ungewollte(s) Zureden / Überredung	Ratschläge zu Selbstmord / Magersucht

Tabelle 3: Kategorisierung von Risiken der Nutzung digitaler Medien (Schaumburg und Prasse 2019: 91)

Weitere Risiken, wie die sogenannte Verhaltens- und Umgangsrisiken, ergeben sich u.a. aus der Möglichkeit, sich in der Medienwelt relativ einfach in eindimensionalen Welten, die beispielsweise nur durch Aktion und Gewalt geprägt sind, wiederzufinden. Werden dazu beispielsweise noch Ausgrenzungsgedanken in den Inhalten gefördert, kann dies zu schwierigen Verhaltens- und Umgangsweisen führen. Zu diesen Risiken zählt auch die exzessive Mediennutzung, die oft als Medienabhängigkeit oder -sucht bezeichnet wird. Dabei ist besonders zu bedenken, wie viele komplexe Faktoren hier mit einfließen. Die NutzerInnen selbst, ihr soziales Umfeld, die Verfügbarkeit von Angeboten und die Erziehenden sind mit zu berücksichtigen. Es sind also nicht unbedingt verallgemeinerbare Umstände, die zu einer exzessiven Mediennutzung führen können (Fleischer und Hajok 2016: 96).

Die unterschiedlichen Arten von Risiken machen deutlich, dass es nicht ausreicht nur auf restriktive Maßnahmen zu setzen. Vielmehr sind präventive Schritte zu ergreifen, um den Kindern und Jugendlichen nicht ihre Chancen im Medienumgang zu berauben. Die bewahrpädagogische Perspektive muss also um erzieherische Maßnahmen ergänzt werden, die im Sinne der Vermittlung von Medienkompetenz einen Selbstschutz durch Befähigung ermöglicht (Fleischer und Hajok 2016: 96). Einen Auszug, welche konkreten Möglichkeiten die Medienpädagogik hierfür bietet und welche Besonderheiten in Bezug auf digitale Spiele zu beachten sind, wird in den beiden nachfolgenden Punkten herausgearbeitet.

2.3 Handlungskonzepte und Methoden der medienpädagogischen Praxis

Dieses Unterkapitel zeigt eine Auswahl an Handlungskonzepten und Methoden auf, die u.a. die beschriebenen Chancen im Umgang mit Medien ermöglichen können und genannte Risiken minimieren. Besonders im Fokus stehen dabei mögliche Wege zur Förderung der Medienkompetenz.

2.3.1 Die fünf grundlegenden Handlungskonzepte

In der medienpädagogischen Praxis bestehen, vor allem in Bezug auf den Medienumgang junger Menschen, unterschiedliche Handlungskonzepte. Diese basieren auf den Vorstellungen von Zielgruppen, die zum einen von Kindern und Jugendlichen als beeinflussbare MediennutzerInnen oder zum anderen als selbstständig Handelnde ausgehen. Dabei berücksichtigen sie auch die im vorangegangenen Abschnitt vorgestellten Chancen und Risiken im Medienumgang. Die AutorInnen Fleischer und Hajok haben die Handlungskonzepte in einer Tabelle übersichtlich zusammengefasst (Fleischer und Hajok 2016: 190–192):

Medienaneignungsprozess	Handlungskonzepte und pädagogische Zugänge
Auswahl von Medienangeboten	<p>Bewahren: Kinder und Jugendliche vor beeinträchtigenden und gefährdenden Inhalten und Umgangsweisen fernhalten.</p> <p>Aufklären: Wissen vermitteln, auf dessen Basis Kinder, Jugendliche und Erziehende die Medien ‚besser‘ durchschaut werden können.</p>
Nutzung/Wahrnehmung von Medienangeboten	<p>Reflektieren: Kinder, Jugendliche und Erziehende anregen, den Medienalltag auf Basis bisheriger Erfahrungen bewusst zu gestalten.</p> <p>Handeln: Kinder und Jugendliche befähigen, sich als aktiv Handelnde selbst in Medien auszudrücken.</p>
Bewerten/Verarbeitung von Medienangeboten	<p>Reparieren: Kinder, Jugendliche und Erziehende bei der Verarbeitung von negativen Erfahrungen unterstützen.</p>

Tabelle 4: (Medien-)Pädagogische Handlungskonzepte (Fleischer und Hajok 2016: 192)

Dem vorgelagerten Medienaneignungsprozess der Auswahl ist das Handlungskonzept **Bewahren** zugeordnet. Dieses, der Normativen Medienpädagogik entsprechende Konzept, zielt auf die Minimierung der vorgestellten Kontakt- und Verhaltensrisiken im Medienumgang junger Menschen. Wichtigste AkteurInnen sind dabei der gesetzliche Kinder - und Jugendmedienschutz mit seinen Instrumenten, wie zum Beispiel der Altersfreigabe. Ebenfalls entscheidend sind die Eltern und andere Erziehende, die beispielsweise den Medienumgang der Heranwachsenden mit Verboten und zeitlich oder inhaltlichen Einschränkungen belegen. Ebenfalls im vorgelagerten Prozess kommt das Konzept **Aufklären** zum Tragen, dieses wirkt aber auch im gesamten Prozess mit. Hier stehen das Vermitteln von Wissen und die Unterstützung zur selbstständigen Aneignung von Wissen im Mittelpunkt. Ziel ist es, Kinder und Jugendliche möglichst früh zu befähigen, dass sie Strukturen, Funktionen und Inhalte hinter Medien durchschauen können. Dazu zählt auch das Wissen bezogen auf Chancen und Risiken, die sich durch den Medienumgang und gesetzlichen Bestimmungen, wie beispielsweise Persönlichkeits- und Urheberrechte, ergeben. Die schulische und außerschulische Medienbildung mit Angeboten, wie zum Beispiel dem Computerführerscheinkurs, aber auch die Eltern, die beispielsweise Medieninformationsveranstaltungen besuchen, gehören zu den AkteurInnen. Seinen Ansatz hat das Konzept **Reflektieren** im konkreten Medienumgang und den individuellen Erfahrungen der Personen. Ziel ist, einen kritisch-reflexiven Medienumgang und eine bewusste Gestaltung des Medienalltags anzuregen. Alle Mitglieder einer Familie sind AkteurInnen und können das Ziel über gemeinsame Medienaktivität oder über die Bewertung und Diskussion des eigenen Medienumgangs erreichen. Eine besondere Herausforderung ist dabei die Sensibilisierung der Eltern mit ihrer Vorbildfunktion, aber auch die Kinder und Jugendlichen zu erreichen, dass sie die Bedeutung dieser Prozesse erkennen und diesen dementsprechend Raum und Zeit geben. Die dort und auch in Peergroups stattfindende, vielfältige und aushandelnde Kommunikation über Medien(-inhalte) bietet die Chance, Selbstlernprozesse zu initiieren. Das vierte Konzept **Handeln** orientiert sich stark an den Chancen des bereits beschriebenen partizipativen Medienumgangs. Es bezieht sich dabei auf die Mediennutzung der Kinder und Jugendlichen, die beispielsweise Möglichkeiten von Selbsta Ausdruck, Kooperation und Kollaboration wahrnehmen können. Das Konzept ist der Handlungsorientierten Medienpädagogik zugeordnet und stellt vor allem die Bedeutung außerschulischer, offener und aktiver Medienprojektarbeit zur Förderung der Medienkompetenz in ihr Zentrum. Das, der Mediennutzung nachgelagerte Konzept **Reparieren**, zielt auf eine Unterstützung bei der Verarbeitung von Medienerfahrungen ab. Negative Erlebnisse

können von allen AkteurInnen im Kontext der Erziehung und Bildung möglichst vorurteilsfrei durch kommunikative Prozesse mit den Kindern und Jugendlichen aufgearbeitet werden. Wünschenswert wäre hier den Medienumgang der Kinder und Jugendlichen von Anfang an zu begleiten und durch Diskussionen eine gemeinsame Gesprächskultur zu etablieren, in der wiederum die kommunikative Aufarbeitung stattfinden kann. Daraus ergibt sich auch die Chance, dass sich Heranwachsende bei späteren Problemen von sich aus an die Erziehenden oder PädagogInnen wenden (Fleischer und Hajok 2016: 192–194).

2.3.2 Reflexive und aktive Medienarbeit

Die reflexive bzw. rezeptive und aktive Medienarbeit basiert auf der theoretischen Grundlage der Handlungsorientierten Medienpädagogik. Die rezeptive Medienarbeit befasst sich im Kern mit der kognitiven Auseinandersetzung von alltäglichen Medienenerfahrungen. Ein Ziel ist u.a. die Medienkompetenz zu fördern, in dem eine kritische und reflexive Auseinandersetzung mit Medienprodukten sowie Produktionsverfahren und -bedingungen stattfindet. Die reflexive Medienarbeit ist der aktiven oftmals vorangestellt. Ein Beispiel für rezeptive Medienarbeit in der Schule ist ein Schulkino-Projekt mit Kinobesuch und medienpädagogischer Vor- und Nachbereitung. Dabei können entwicklungsbedingt relevante Themen aufgegriffen werden und in einer Anschlusskommunikation diskursiv bearbeitet werden. Das Sprechen über Dritte, wie die FilmdarstellerInnen, eignet sich besonders, um heikle Themen anzusprechen und Reflexionsprozesse auszulösen. Wichtig ist, dass die Kinder und Jugendlichen auf inhaltlicher Ebene abgeholt werden, d.h. ein Bezug zu ihrer Lebenswelt besteht. Ein methodischer Anknüpfungspunkt der aktiven Medienarbeit wäre im Beispiel, alternative Handlungsverläufe zu entwickeln und diese in einem eigenen Film umzusetzen (Dallmann 2017: 363–364).

Im Fokus der aktiven Medienarbeit stehen mehr die Menschen, ihre Erfahrungen, Bedürfnisse und Interessen und weniger die Medien selbst. Wichtige Zielgrößen sind dabei die pädagogische Befähigung zu Emanzipation, Kommunikation und Partizipation, sprich Teilhabe. Der Prozess der aktiven Medienarbeit kann zum einen als ein Lernprozess aber auch als eine Möglichkeit gesehen werden, auf die Gesellschaft Einfluss zu nehmen. Damit aktive Medienarbeit gelingt, gilt es drei wichtige Prinzipien zu beachten. Das erste Prinzip nennt sich **Handelndes Lernen** und basiert auf der Auffassung von Sozialisation, wie bereits unter dem Begriff der Mediensozialisation definiert wurde. Die aktive Medienarbeit knüpft dabei vorwiegend am vorhandenen Medienhandeln und an Medieninhalten an. Durch die zunehmende Verfügbarkeit von

Möglichkeiten zur Produktion eigener Inhalte setzen sich Kinder und Jugendliche bereits vielfach selbstständig mit Medien und ihrer Umwelt auseinander. Die dabei ausgeführten praktischen und kognitiven Handlungen sind wiederum Bestandteile des vorgestellten Medienaneignungsprozesses. Dieser thematisiert das Reflektieren, welches im Kontext des Prinzips des Handelnden Lernens ebenfalls als zu stärken gilt, um Fähigkeiten und Handlungsoptionen in Bezug auf Medien zu erweitern (Rösch 2017: 9–11).

Das zweite Prinzip, **Exemplarisches Lernen**, knüpft auf inhaltlicher Ebene ebenfalls an den Erfahrungen der Menschen an, um ihnen passende Handlungsräume zu schaffen. Dabei werden individuellen Eindrücke der Personen mit Informationen über gesellschaftliche und strukturelle Zusammenhänge verwoben. Ziel ist es, eine reflexive Betrachtung der sozialen Realität zu ermöglichen, indem eine Auseinandersetzung mit exemplarischen Gegenständen, den eigenen Fähigkeiten und Kompetenzen zu einer Übertragung auf andere Bereiche der Lebenswelt führt. Zum Beispiel kann thematisiert werden, welche Vorgänge hinter digitaler Kommunikation stehen, die vorwiegend auf kommerzialisierten Plattformen stattfinden. Diese erheben beispielsweise Nutzungsdaten für Werbeeinblendungen oder sammeln und speichern Daten auf Vorrat. Der Erfahrungsaustausch über den Umgang in solch kontrollierten Räumen und das gemeinsame Suchen nach Handlungsalternativen, um auf diese strukturellen Umstände zu reagieren, können Bestandteile exemplarischen Lernens sein (Rösch 2017: 11–12).

Im dritten Prinzip, der **Gruppenarbeit**, geht es darum, die gerade beschriebenen, individuellen Auseinandersetzungen zusätzlich durch das Lernen in einer Gruppe zu befördern. Wenn die Gruppe bzw. ihre Struktur dabei besonders herrschafts- und autoritätsarm zusammengesetzt wird, ermöglicht dies folglich förderliche kommunikative und interaktive Prozesse. Aufkommende und bestehende Probleme in der Gruppe sind dabei offenzulegen und zu reflektieren, damit eine solidarische und kooperative Arbeit möglich ist (Rösch 2017: 12). Die aktive Medienarbeit, zum Beispiel durch ein Projekt in einer Gruppe, wird von daher nicht nur zur Reflektion der medialen Kommunikation genutzt, sondern auch zur Förderung der Sozialkompetenz durch die Kommunikation in der Gruppe während des Erarbeitungsprozesses (Fleischer und Hajok 2016: 200). Zudem lassen sich Lerngegenstände durch den wechselseitigen Erfahrungsaustausch der TeilnehmerInnen eher erschließen. Auch physisch nicht anwesende GruppenmitgliederInnen können in Zeiten digitaler Kommunikation, etwa durch Statusmeldungen und Videos, Impulse in Gruppenprozesse bringen oder durch anderweitige Vernetzung mit in den Prozess einbezogen werden (Rösch 2017: 12).

Alle in einem konkreten (Gruppen-)Projekt gemachten Erfahrungen sind exemplarisch und gleichzeitig generell, dadurch lassen sie sich auf spätere Situationen übertragen und nutzen. Die Rolle der involvierten PädagogInnen besteht dabei, Zeit, Räume und Ressourcen bereitzustellen sowie beratend als eine Art Coach zur Verfügung zu stehen. Sie geben Unterstützung, handeln weniger leitend und machen nur so viele Vorgaben wie nötig. Bedeutend ist die Bereitstellung des organisatorischen Rahmens, um ein (Gruppen-)Projekt auch umsetzbar zu machen und ein Medienprodukt als Ausgangspunkt zu wählen, das sich an den Interessen der Zielgruppe orientiert. Zu den Herausforderungen, die in diesem Kontext in der Praxis auftreten können, gehören die Klärung der Finanzierung sowie die Organisation von Raum, Zeit und Technik. Da (Gruppen-)Projekte meist über mehrere Tage andauern, erfordern sie entsprechendes Engagement aller Beteiligten und eher offene Bildungs- bzw. Erziehungssettings. Daher werden Projekte in der aktiven Medienarbeit häufig von professionellen Teams in außerschulischen Einrichtungen realisiert. Dazu gehören auch Orte der offenen Jugendarbeit und besonders spezialisierte Einrichtungen, wie die Landesmedienanstalten, die über eine vergleichsweise hohe und qualitative Fachkompetenz und Infrastruktur verfügen (Fleischer und Hajok 2016: 200–201).

Alle drei hier vorgestellten Prinzipien ergänzen sich wechselseitig, fördern die Medienkompetenz und vereinen das Ziel selbstständig handelnder und mündiger Menschen im Umgang mit Medien (Rösch 2017: 12). Welche Zusammenhänge zwischen den bisher beschriebenen medienpädagogischen Begrifflichkeiten, Konzepten bzw. Prinzipien und den Besonderheiten von digitalen Spielen als Medien bestehen können, wird im nächsten Teil des Kapitels auf theoretischer Basis untersucht.

2.4 Digitale Spiele im medienpädagogischen Kontext

Um digitale Spiele im medienpädagogischen Kontext einordnen zu können und um zu verstehen, warum sie heute als ein Medienphänomen gelten, das durch die Kultur- und Unterhaltungsindustrie zu einem bedeutendem Bestandteil in den Alltagswelten der Menschen geworden ist, beginnt dieses Unterkapitel mit einem kurzem Einblick in die Geschichte der Computerspiele (Fromme 2017: 72). Nach dem geschichtlichen Exkurs wird der Bezug zu digitalen Spielen aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet. Das Unterkapitel schließt mit der Betrachtung digitaler Spiele in der medienpädagogischen Theorie und dem Stand der dazugehörigen Forschung.

2.4.1 Auszug aus der Geschichte der Computerspiele

Die ersten kommerziell erfolgreichen Computer- bzw. Videospiele sind in den 1970er Jahren zunächst in Spielhallen auf Arcade-Automaten erschienen. Zu den bekanntesten Titeln zählen Space Invaders, Pac-Man und das auf heimischen Geräten spielbare Pong. In den 1980er Jahren sind Spielekonsolen (z.B. Atari ST und Commodore Amiga) sowie Spiele für den Heimcomputer erfolgreich und verringern, gemeinsam mit dem Ende der 80er Jahre veröffentlichten Game Boy, die Bedeutung der Angebote in Spielhallen. In den 90er Jahren kommen vermehrt SpielerInnen zu sogenannten LAN-Partys zusammen um dort gemeinsam oder gegeneinander, netzwerkfähige Titel zu spielen. In dieser Zeit entstehen auch neue Spielgenres wie Ego-Shooter und Echtzeit-Strategie-Spiele. Ab der Jahrtausendwende weitet sich die Popularität von Computerspielen als Medium zur Unterhaltung auf die gesamte Gesellschaft aus. Der Wandel zum Massenphänomen führt zur Diskussion über Jugendschutz, kulturellen und ökonomischen Aspekten. Über das Internet spielbare Titel verdrängen in dieser Zeit die LAN-Partys. Etwa ab dem Jahr 2005 erscheinen neue Eingabegeräte wie Controller, die Bewegungsabläufe in die Spiele übertragen können. Immer beliebter werden zu dieser Zeit zudem kostenlos spielbare Titel wie Farmville, die über den Browser aufgerufen werden können und mit Social Media Plattformen wie Facebook verbunden sind. Ab dem Jahr 2010 gewinnen Mobile-Games, die über das Smartphone spielbar sind, sowie das Herunterladen digitaler Spiele an Bedeutung. Zudem veröffentlichen immer mehr GamerInnen ihr Spielerlebnis in Form von Videos auf Plattformen wie YouTube. Gespielt werden zudem immer mehr Free2play Titel, die kostenlos sind und auf neue Geschäftsmodelle setzen. Seit dem Jahr 2015 wird die virtuelle Spielewelt mit der realen Umgebung in Titeln, wie Pokémon-Go, durch die Augmented Reality (AR) Technik verbunden. SpielerInnen können zudem mit Hilfe von Virtual-Reality-Brillen, fast vollständig in Spielewelten eintauchen. Diese Technik hat sich aufgrund fehlender Inhalte jedoch noch nicht auf dem Massenmarkt etabliert (bpb 2018: 3–5). Bereits seit August 2008 ist der Bundesverband der Entwickler von Computerspielen „Game“ als Mitglied im Deutschen Kulturrat aufgenommen, damit zählen digitale Spiele offiziell zum Kulturgut (Griefahn 2010: 31). Warum das digitale Spielen eine der beliebtesten Freizeitaktivitäten Jugendlicher ist, soll im folgenden Teil, durch das Betrachten der Perspektive der SpielerInnen beleuchtet werden (MPFS und LFK BW 2018: 13).

2.4.2 Perspektive SpielerInnen

Allein in Deutschland werden digitale Spiele von rund 34 Millionen Menschen, aus allen Gesellschafts- und Altersschichten, gespielt. Das macht dieses Medium zu einem der wichtigsten unserer Zeit (Lorber 2017: 21). Computerspiele faszinieren die SpielerInnen und bieten interaktive Erlebnisse. Wer spielt, hat anders wie beim Sehen von Kinofilmen, unmittelbare Einwirkungs- und Gestaltungsmöglichkeiten. Das aktive Spielen kann dadurch zu sogenannten Selbstwirksamkeitserlebnissen führen. Dabei ist das Erfolgserlebnis bzw. der Wunsch nach Erfolg im Spiel, ein entscheidender Faktor in der Motivation (bpb 2018: 9). In den künstlich geschaffenen Welten identifizieren sich die SpielerInnen mit fiktiven Persönlichkeiten. Zu denen mittlerweile nicht mehr nur vorwiegend männliche, sondern auch vermehrt weibliche Protagonistinnen zählen (Kiel 2017: 23). Zudem bieten Computerspiele oftmals die Möglichkeit, den Spielinhalt oder Schwierigkeitsgrad an die eigenen Bedürfnisse und Interessen der SpielerInnen anzupassen. Befinden sich die Anforderungen des Spiels und die Fähigkeiten der SpielerIn im Gleichgewicht, ist dies die optimale Voraussetzung für den sogenannten Flow-Zustand. Die GamerInnen sind dann voll auf das Spiel fokussiert, gehen in ihrer Beschäftigung auf und erleben eine Art Tätigkeits- und Schaffensrausch (bpb 2018: 9):

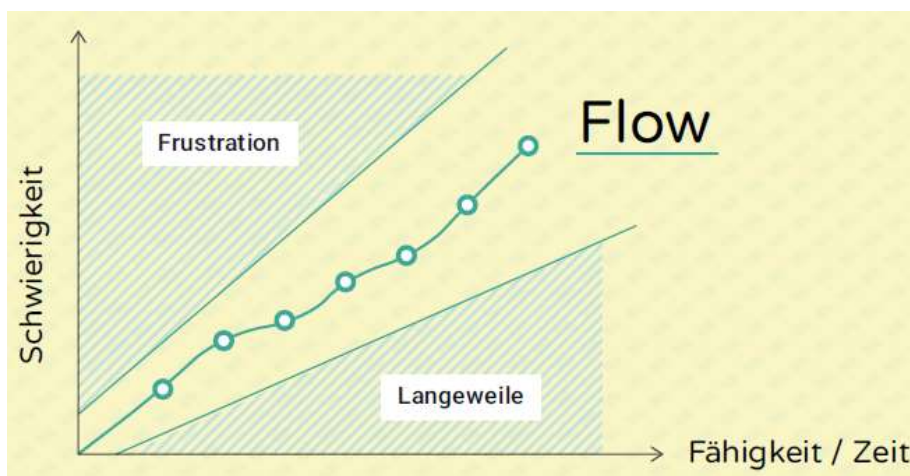


Abbildung 11: Flow (bpb 2018: 9)

Werden jugendliche SpielerInnen zum Beispiel während ihres Flow-Zustandes aufgrund von Regulierung ihrer täglichen Mediennutzung unterbrochen, birgt dies reichlich Potential für intergenerationelle Konflikte. Im Sinne des Jugendschutzes gilt es jedoch die minderjährigen GamerInnen davor zu schützen, damit diese durch die Ausübung ihres Hobbys keinen Schaden nehmen. Der Schutz der Jüngeren scheint nachvollziehbar. Ältere Jugendliche fühlen sich jedoch häufig bevormundet. Letztere

schätzen sich dabei meist erheblich kompetenter und themenerfahrener ein, als diejenigen, die versuchen, sie zu schützen (Heinz 2019). Ein erzwungener Abbruch mitten im Spiel mit FreundInnen kann Auswirkungen auf den Freundeskreis der SpielerInnen haben, gegenüber dem sie sich verpflichtet fühlen (bpb 2018: 14).

2.4.3 Perspektive Freundeskreis und Community

Für GamerInnen sind soziale Erlebnisse besonders reizvoll. Diese können zum Beispiel durch gemeinsames Online-Spielen mit Freunden entstehen. Die Spiele werden zudem häufig von Heranwachsenden zum Thema auf dem Schulhof gemacht. Es können Zugehörigkeiten zu einer Gruppe entstehen, die auch Online in Form von sogenannten Clans und Gilden gezeigt wird (bpb 2018: 9). Clans sind Gemeinschaften von GamerInnen, die gemeinsam spielen und sich austauschen. Im E-Sports-Bereich treten Clans in Wettkämpfen gegeneinander an. Eine Gilde ist eine Gruppe von GamerInnen in Online-Rollenspielen. Häufig besteht zwischen den Mitgliedern ein sozialer Kontakt außerhalb der virtuellen Welt (bpb 2018: 22). Es ist bekannt, dass das Sozialleben der SpielerInnen in Bezug auf Gespräche über spielbezogene Erfahrungen und Wertigkeiten von Spielen überwiegend mit Gleichaltrigen stattfindet. Besonders erwähnenswert ist das Motiv, über ein Spiel mitreden zu können. Dazu zählt beispielweise der Austausch über Spielstrategien oder -probleme. Computerspiele sind, wie diese Beschreibung zeigt, in den sozialen Alltag der Spielenden, über die eigentliche direkte Interaktion im Spiel hinaus, integriert (Lampert u.a. 2012: 26). Die JIM-Studie 2018 zeigt zudem auf, dass Jugendliche, speziell die Jungen mehr als die Mädchen, im Online-Spiel mit ihren MitspielerInnen auch über Themen, die nicht das Spiel betreffen, sprechen (MPFS und LFK BW 2018: 60). Unter Umständen fühlen sich die SpielerInnen auch zur vielfältigen Gamer-Community zugehörig. Teil davon sind u.a. die StreamerInnen bzw. sogenannte „Let's Player“, wie der eingangs erwähnte „Ninja“, die durch ihre Spielvideos eine millionenschwere Fangemeinde haben. Sie sind für die Jugendlichen EntertainerInnen und Vorbilder zugleich, denen sie in eigenen Videos nacheifern möchten. Es gibt auch GamerInnen, die sich auf „Cosplaytreffen“, wie ihre Lieblingsfigur aus einem Spiel verkleiden. Für dieses Hobby sind u.a. Kreativität und Handarbeit gefragt. Andere erfreuen sich, wenn sie eigens kreierte Spielwelten erschaffen und diese für alle zur Verfügung stellen (bpb 2018: 8). Ein Beispiel hierfür ist der beschriebene Kreativmodus in Fortnite (Grune 2019). Ein kreativer Umgang in Computerspielen ist ein Spielverhalten, das aus pädagogischer Sicht der Eltern, wie in der nachfolgenden Perspektive Familie beschrieben, sicherlich als wünschenswert einzuschätzen ist.

2.4.4 Perspektive Familie

Zentraler Ort der Computerspielenutzung der Jugendlichen ist das eigene Zuhause. „Auch wenn das gemeinsame Spielen mit den Eltern nicht im Vordergrund steht und die Eltern oftmals nicht wissen, was ihre Kinder genau spielen, bleibt durch den räumlichen Bezug ein gewisser Kontakt zur Familie bestehen“ (Lampert u.a. 2012: 23). Eltern sind dabei meist selbst in der Verantwortung das Spielverhalten der Jugendlichen zu bewerten. Setzen sie sich damit auseinander, stellen sich häufig auch Fragen über eine angemessene Spieldauer der eigenen Heranwachsenden und gegebenenfalls, ob sogar die Gefahr einer Sucht besteht. Verunsichert werden die Eltern dabei durch die Medienberichterstattung über Einzelfälle von extremen Spielverhalten. Was bereits allgemein in den Risiken durch den Umgang mit Medien beschrieben wurde, gilt auch für Computerspiele. Es gibt keine pauschale Antwort. Risikofaktoren sind stark abhängig von der Person und ihrem sozialem Umfeld. Das Onlineportal „spielbar.de“ empfiehlt bei der Festlegung der Spielzeit, Jugendliche in die Entscheidung mit einzubeziehen. Um überflüssige Konflikte zu vermeiden, ist es von Vorteil die Zeitstruktur der Spiele zu berücksichtigen. SpielerInnen werden ungern vom Bildschirm getrennt, wenn sie gerade gemeinschaftliche Aufgaben mit MitspielerInnen lösen. Hier überwiegt ihr Verantwortungsgefühl für die Gruppe. Faktoren, die ebenfalls für längere Spielzeiten sorgen, sind beispielsweise: eine selbst erstellte Spielfigur und die Identifikation mit ihr, Spiele ohne ein definiertes Ende, bereits investiertes Geld und eingebrachte Zeit um einen Status zu erreichen, die Zugehörigkeit zu Gruppen, Clans und Gilden sowie Erfolgserlebnisse, die im Spiel eher erreicht werden, wie in der Realität (bpb 2018: 14). Die USK empfiehlt als Richtwert für Jugendliche ab 12 Jahren eine maximale Spieldauer von 90 – 120 Minuten täglich mit dem Zusatz, je älter, desto flexibler. Einzelne Tage und Phasen in denen auch mal länger gespielt wird, sind in der Regel unbedenklich solange keine Begleitsymptome auftreten. Diese sind beispielweise Kopfschmerzen, Antriebslosigkeit, Gereiztheit, Vernachlässigung sozialer Kontakte, abfallende schulische Leistungen oder das ausschließliche Beschäftigen mit Videospiele (USK und Stiftung Digitale Spielekultur o. J.: 37).

Ein Gesichtspunkt, der der Frage nach der Spieldauer vorgelagert sein sollte, ist die Auswahl von passenden digitalen Spielen, die dem Alter der Jugendlichen angemessen sind. Dies ist Teil des gesetzlichen Erziehungsauftrages (Art. 6 Abs. 2 Grundgesetz) der Eltern, die für eine gefähderungsfreie Entwicklung ihrer Kinder Sorge tragen sollen und wollen. Ebenfalls bereits in den Risiken durch den Umgang mit Medien aufgezeigt, sollen von Jugendlichen keine Spiele gespielt werden, die im Sinne ent-

wicklungspsychologischer, erziehungswissenschaftlicher und lerntheoretischer Erkenntnisse als problematisch beziehungsweise entwicklungsbeeinträchtigend oder sogar entwicklungsgefährdend eingestuft sind. Ein Konfliktpotential zwischen Spielenden und Eltern besteht bei der Auswahl passender digitaler Spiele genauso wie bei der Frage der Spieldauer. Orientierung bieten die dargestellte Alterskennzeichnung durch die USK und pädagogische Beurteilungen, wie durch das Onlineportal „spielbar.de“ oder dem Spieleratgeber NRW (Heinz 2019).

Medienerzieherische Restriktionen hinsichtlich der Auswahl der Spieltitel und der Spieldauer sind dem bewahrpädagogischen Denken und damit der Normativen Medienpädagogik zuzuordnen. Zudem sind sie ein relevanter Faktor in der Mediensozialisation (Lampert u.a. 2012: 52). Mit hinzugeordnet werden können von Eltern getroffene Regelungen, die sich auf die Kosten beziehen, die zum Beispiel durch das Zahlen von Kleinstbeträgen für „Skins“ in Free2Play Titeln entstehen. Häufig liegen die Einzelkosten im Taschengeldbereich, können sich aber schnell summieren. Im Blickfeld der Eltern sollte zudem der Datenschutz sein. Viele Spieletitel erfordern eine Anmeldung mit Namen, E-Mail-Adressen und Geburtsdatum. Hier kann es zu einer unfreiwilligen Datentransparenz kommen. Nicht immer sind sich Jugendliche bewusst, dass ihre Daten auch an Dritte, beispielsweise für Werbezwecke, weitergegeben werden können (bpb 2018: 16–17). Diese und weitere denkbare Sorgen der Eltern können Gespräche über die Inhalte von Computerspielen anregen. Die (Anschluss-)Kommunikation mit den Jugendlichen nach oder vor der Nutzung der Spiele ist Teil der Mediensozialisation. Auseinandersetzungen auch in Form von Streitgesprächen, tragen zur Verarbeitung und zur Aneignung von Medienkompetenzen bei (Lampert u.a. 2012: 22). Ebenfalls eine wichtige Rolle in der Mediensozialisation bzw. Computerspielsozialisation können Geschwister spielen, mit denen Medienressourcen geteilt werden oder um die ein Kampf entstehen kann (Lampert u.a. 2012: 48). Ein medienkompetenter Umgang mit Computerspielen durch die Jugendlichen kann den Eltern auch die Sorge nehmen, dass die Schulleistungen ihrer Kinder aufgrund der Spiele nachlassen (medien+bildung.com gGmbH 2019: 30).

2.4.5 Pädagogische Perspektive, Schule und Soziale Arbeit

Die befürchteten negativen Auswirkungen der Eltern, dass durch zu exzessives Nutzen digitaler Spiele die schulischen Leistungen ihrer Kinder sinken, wird auch von PädagogInnen wahrgenommen. Eine mögliche Herangehensweise, zum Beispiel für Schulen ist, sich das Hobby der Jugendlichen zu Nutze zu machen und somit auch dem Medienbildungsauftrag nachzukommen (medien+bildung.com gGmbH 2019: 30). Digitale Spiele können im Unterricht oder in pädagogischen Angeboten, im Sinne

einer reflexiven und aktiven Medienarbeit, verwendet werden und einen direkten Bezug zur Lebenswelt der Heranwachsenden herstellen. Dabei erfüllen die Spiele eine besondere Funktion. Sie können Türöffner sein, im Lernprozess motivierend wirken und Aufgaben lassen sich spielerisch leichter meistern. LehrerInnen und SozialarbeiterInnen können das Potential der virtuellen Welten nutzen, in dem sie sich mit den TeilnehmerInnen an Orte oder in Lebenssituationen begeben, die außerhalb der bisherigen Erfahrungswelten liegen. Diese Erprobungs- und Resonanzräume ermöglichen eine kreative Auseinandersetzung mit Selbst- und Weltbildern (Stiftung Digitale Spielekultur und TH Köln 2017: 1–3). Spiele und der Umgang mit ihnen bieten zudem zahlreiche Anknüpfungspunkte für Unterrichtsmethoden und Projekte. Es bestehen Plattformen, die diese Methoden, passende Materialien und Informationen auch über Zugänge zu Workshops zur Verfügung stellen. Dazu gehören beispielsweise die Internetseiten „digitale-spielewelten.de“ der Stiftung Digitale Spielekultur und der Technischen Hochschule Köln sowie deren Internetseite „Spielraum“. Die Plattformen leben zudem von Beiträgen und der Beteiligung erfahrener PädagogInnen aus schulischer und außerschulischer Theorie und Praxis (Stiftung Digitale Spielekultur und TH Köln 2017: 21). Wie beispielsweise ein Elternabend rund um das Thema Computerspiele gestaltet werden kann und weitere Themen rund um die Sicherheit im Internet bietet die Seite der EU-Initiative „klicksafe.de“. Dahinter steht die Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK) aus Rheinland-Pfalz und die Landesanstalt für Medien aus Nordrhein-Westfalen (LfM), die für ihre Inhalte rund um das Thema digitale Spiele auch mit dem Spieleratgeber NRW kooperieren (klicksafe.de 2015). Die vielfältigen Informationsmaterialien, Methoden und Projekte befassen sich beispielsweise mit dem eingangs erwähnten Problem des exzessiven Spielens und wie dieses Konfliktthema durch Einbezug der SpielerInnenerfahrungen reflektiert werden kann (medien+bildung.com gGmbH 2019: 30). Die hier nur auszugsweise darstellbaren Beispiele tragen zur Medienbildung, zur Förderung der Medien- und Sozialkompetenz, Kreativität, Sprachvermittlung sowie naturwissenschaftlichem und technischem Verständnis bei (Stiftung Digitale Spielekultur 2019). Die Projekte befassen sich u.a. mit der ethischen Dimension und Gewalt in Spielen, übertragen digitale Shooter Spiele in eine analoge Form, setzen auf interaktives Storytelling oder vermitteln ökologische Zusammenhänge (Stiftung Digitale Spielekultur 2019: 19–48). Eine Spielrolle verbunden mit Kreativität und weiteren Fähigkeiten können die Jugendlichen auch in „Digitalen Outdoor Games“ einnehmen. In den Computerspielen nachempfundenen bzw. selbst kreierte Szenarien werden beispielsweise eigens erstellte Kostüme und Requisiten verwendet (medien+bildung.com gGmbH 2019: 18). Für die Umsetzung der

beschriebenen Projekte und Unterrichtseinheiten bzw. für eine gelingenden Medienbildung im Lernraum Schule ist die Abhängigkeit von Rahmenbedingungen zu beachten. Es bedarf geeigneter Rahmenlehrpläne, schulinterner Konzepte, qualifizierter LehrerInnen und deren kontinuierliche Weiterbildung sowie technischer Ausstattung bzw. passendes Lehrmaterial (Schreiber und Reese 2019: 157).

Die beschriebenen Projekte können auch in der Sozialen Arbeit bzw. von pädagogischen Fachkräften, beispielweise im Handlungsfeld der Kinder-, Jugend- und Erziehungshilfen, genutzt werden. Von Bedeutung ist dies u.a., da Risiken und Probleme im hier nochmals allgemeiner dargestellten, Medienumgang bei jungen Menschen aus schwierigen Lebensverhältnissen vermehrt auftreten können. Eine von vielen möglichen Ursachen kann zum Beispiel eine Konfliktfamilie sein, in denen die Heranwachsenden vernachlässigt werden. Dadurch entsteht ein Bedarf an professioneller Unterstützung, die den jungen Menschen eine orientierte Medienerziehung mit Schutz und Befähigung ermöglicht (Hajok 2019: 194–195). „Ein problematischer Medienumgang junger Menschen und Schwierigkeiten von Erziehenden, hier angemessen zu agieren, prägen immer häufiger die Arbeit in den Kinder-, Jugend- und Erziehungshilfen“ (Hajok 2019: 195–196). Für diese Entwicklung ist wesentlich, dass Konflikte mit Medien eine zunehmende Bedeutung in (fast) allen Familien, unabhängig von Faktoren wie sozioökonomischem Status haben. Der medienbezogene Konflikt ist zudem meist nur Ausdruck genereller familiärer Kommunikations- und Beziehungsprobleme. Darüber hinaus werden Konflikte bezüglich des Umgangs mit Medien als anstrengend, belastend und herausfordernd empfunden. Das Konfliktpotential basiert dabei auf fehlenden Kontrollmöglichkeiten, finanziellen Belastungen und unübersichtlichen Gefährdungslagen. Dabei nutzen Jugendliche beispielsweise digitale Spiele zur Abgrenzung vom Elternhaus oder aus sozialem Druck. Die Erziehenden sind teilweise mit der Angebotsvielfalt überfordert oder sind selbst im Medienumgang kein gutes Vorbild. Oftmals agieren sie auch zu besorgt und beschützend oder setzen digitale Medien aus Hilflosigkeit als Erziehungsmittel ein (Hajok 2019: 196). Aus dieser Entwicklung ergeben sich besondere Herausforderungen an pädagogische Fachkräfte, die junge Menschen professionell begleiten und unterstützen. Ihnen wird hinsichtlich des Medienumgangs ein großes Maß an Vertrauen von den Heranwachsenden selbst, Sorgeberechtigten und Leitungskräften entgegengebracht. Es wird quasi als selbstverständlich empfunden, dass durch den professionellen Hintergrund entsprechende Medienkompetenz vorhanden ist. Orientieren können sich die Fachkräfte dabei an mehr oder minder festgelegten Regelungen der Einrichtungen. Durch zunehmend mobilisierte und individuelle Zugänge zu Medien entziehen sich

die Jugendlichen jedoch der Kontrolle und den Reglementierungen. In der Folge sind es häufig die Jugendlichen selbst, die als einzige noch einen Überblick über ihren Medienumgang, die Nutzungsdauer und resultierende Konsequenzen haben. Für die Fachkräfte rückt der Fokus deshalb umso mehr auf die Aufklärung und Prävention im Vorfeld der eigentlichen Mediennutzung. Herausfordernd sind auch die komplexen Probleme oder Störungen, die eigentlich hinter dem medienbezogenen Konflikt stehen. Pädagogische Fachkräfte können zudem nicht immer das passende Konzept für die Medienerziehung jedes Jugendlichen parat haben. Oftmals fehlt eine angemessene Berücksichtigung der Thematik in Studium und Ausbildung. Teilweise erfolgt die Aneignung in Eigenengagement oder durch Unterstützung der Einrichtungen, die ihre MitarbeiterInnen zunehmend zu medienpädagogischen Fortbildungen, Seminaren und Fachtagungen anmelden. Weitere Herausforderungen für Fachkräfte sind die rasanten Medienentwicklungen und die sich ständig wandelnde Umgangsweise der jungen Menschen damit. Die pädagogische Arbeit, die sich auf den Medienumgang junger Menschen bezieht ist vielschichtig, aufwändig und bedarf in den Einrichtungen fachlicher, personeller und (medien-)technischer Ressourcen, die momentan oft nur begrenzt verfügbar sind (Hajok 2019: 196–198). Professionelle Fachkräfte orientieren sich in ihre Arbeit im Umgang mit Medien bzw. digitalen Spielen auch an den entsprechenden Theorien in der Medienpädagogik und dem aktuellen Stand der Forschung.

2.4.6 Digitale Spiele in der Theorie der Medienpädagogik und Forschung

Digitale Spiele bringen neue sowie veränderte Formen und Formate der Kommunikation, der Unterhaltung und der sozialen Interaktion mit sich. Von pädagogischen Einrichtungen werden die Spiele meist mit einer mehr oder weniger großen Zeitverzögerung wahrgenommen. Durch ihren Einfluss auf die Mediensozialisation sind sie als Phänomen im Blick der (Medien-)Pädagogik. In diesem und nahen Fachbereichen werden beispielsweise Fragen diskutiert und untersucht, die sich mit der Wirkung bzw. Verarbeitung von Spielerfahrungen in digitalen Spielen auf die Persönlichkeit beziehen, insbesondere hinsichtlich dem Erleben von Gewaltdarstellung und virtuellen Gewalthandlungen. Genauso ist die Bedeutung der stereotypischen Darstellungen von weiblichen und männlichen Spielfiguren ein Thema, das sich auf die geschlechterspezifischen Sozialisation bezieht. Unter das Stichwort Sucht fällt die Frage nach der Einschätzung exzessiven Spielens und dem Umgang damit. Des Weiteren wird nach den Chancen zum Erwerb von (Medien-)Kompetenz durch digitale Spiele und ihren Reflektions- und Bildungspotentialen gefragt. Die u.a. für die Beantwortung dieser Fragen grundlegende Aufgabe der Medienpädagogik ist die Beobachtung und pädagogische Reflektion des medialen Wandels. Hinzukommend gilt es auf Basis

theoretischer und empirischer Erkenntnisse, Handlungskonzepte für die medienpädagogische Praxis zu entwickeln. Diese zweite Aufgabe kann dem Begriff der Medienerziehung zugeordnet werden. Die besondere Herausforderung, die digitale Spiele in der Medienerziehung mit sich bringen ist, dass sich Kinder und Jugendliche häufig besser mit der Materie auskennen als Eltern, LehrerInnen und andere pädagogische Fachkräfte. Dies erfordert Konzepte, die die Lebenswelt und die Kompetenzen der Heranwachsenden mitberücksichtigen. Der Autor Johannes Fromme hat aus der medienpädagogischen Fachliteratur hinsichtlich einer Computerspiel-Pädagogik fünf wesentliche Kategorien von Konzepten bzw. Projekten herausgearbeitet (Fromme 2017: 72–74):

Bezeichnung/Beschreibung	Fokus	Beispiel
Vermittlung von Basisinformationen über Computerspiele.	Medienkunde	Angebote sind meist für interessierte Eltern und pädagogische Fachkräfte konzipiert.
Erfahrungsorientierte Zugänge zu Computerspielen. Das eigene Spielen ist zentraler Bestandteil des Konzepts.	Mediennutzung	Gemeinsames Spielen in der Schule oder z.B. (Sing-Star) Wettbewerbe im Jugendzentrum.
Reflektion und Analyse von Computerspielen, zur Bildung einer kritisch-reflexiven Distanz.	Medienkritik	Heranwachsende als SpieletesterInnen bewerten und analysieren ausgewählte Spiele.
Transformative Konzepte. Auf ein Spiel bezogene Spielerfahrungen, die jedoch außerhalb der eigentlichen Spiele gesammelt werden.	Kreative Mediennutzung	Übertragung eines Computerspiels in eine andere Spielform, wie zum Beispiel in ein Geländespiel.
Gestaltungsorientierte Ansätze	Mediengestaltung bzw. aktive Medienarbeit	Eigenes Game Design, eigene Inhalte erstellen oder das Modifizieren vorhandener Spiele

Tabelle 5: Konzepte Computerspiel-Pädagogik (eigene Darstellung in Anlehnung an (Fromme 2017: 72–74))

Die medienpädagogische Forschung hinsichtlich digitaler Spiele ist sich in vielen Punkten noch uneinig. Es gibt beispielsweise zahlreiche Studien, die sich mit der Häufigkeit von exzessiver oder problematischer Nutzung von Computerspielen befassen. Die Ergebnisse der Studien schwanken stark und bringen unterschiedliche Auffassungen über das Gefährdungspotential mit sich (bpb 2018: 13–14). Ein statistisch signifikanter Zusammenhang in der Wirkung von Computerspielen ist durch Stichproben aufgrund von Störvariablen, wie beispielsweise individuellen Lebensumständen, nicht mit Sicherheit nachweisbar (Joeckel 2018: 79–84). In den Bereichen, in denen negative Auswirkungen untersucht werden, dazu zählen u.a. Gewalt, Abhängigkeit und nachlassender Schulerfolg, besteht die Gemeinsamkeit, dass Wirkungen immer durch komplexe Zusammenspiele unterschiedlicher Faktoren entstehen. Was für die meisten Jugendlichen unproblematisch ist, kann für Einzelfälle zum Problem werden und schlimmstenfalls in Depression, Selbstmord oder Amoklauf enden. In keiner Studie konnte jedoch belegt werden, dass Computerspiele daran die Hauptschuld tragen, wenn überhaupt, sind sie ein kleiner Teil im Gesamtbild des Einzelfalls. Wahrscheinlicher sind eher kurzfristige und situationsabhängige negative Wirkungen durch Computerspiele. Positive Wirkungen, wie das Potential für Bildung durch neue Lernwelten in Computerspielen, werden in Studien aufgezeigt, die sich beispielsweise mit der Einbettung der Spiele in den Unterricht befassen (Joeckel 2018: 109–110). Die Spieleforscherin Angela Tillmann kommt in ihrer Untersuchung bezüglich der Moral, Normen und Werte in digitalen Spielen zu dem Ergebnis, dass ein großes Potential besteht, die Spiele für eine Auseinandersetzung mit moralischen Fragen zu nutzen. Spielende können Normen- und Wertesysteme aus anderen Perspektiven betrachten und reflektieren. Das aus der Forschung entstandene pädagogische Material und die entwickelten Methoden für den kreativen Einsatz digitaler Spiele in der pädagogischen Praxis sind die bereits erwähnten sowie nutzbaren Informationen, die auf dem Portal „digitale-spielwelten.de“ veröffentlicht wurden (Tillmann 2017: 23). In internationalen Studien wurde beispielsweise untersucht, welcher Zusammenhang zwischen der Aufstellung von Regeln in Familien hinsichtlich der Nutzung von Computerspielen und der Einstellung der Eltern zu den Spielen besteht. Ergebnis ist, umso größer die Sorgen der Eltern und die negative Einstellung gegenüber den Spielen ist, umso mehr restriktives und aktives Medienerziehungsverhalten wird gezeigt. Im Umkehrschluss spielen Eltern vermehrt gemeinsam mit ihren Kindern, wenn sie Spielen positive sozial-emotionale Aspekte zusprechen (Lampert u.a. 2012: 22). Untersucht wird das Kulturgut zudem hinsichtlich der Nutzungsfrequenzen, Spielformen, benutzter Geräte und beliebtester Titel, wie in der JIM-Studie 2018 (MPFS und LFK BW 2018: 56–59).

Insgesamt sind Computerspiele mittlerweile ein akzeptierter Gegenstand der Forschung, sodass der Forschungsstand aufgrund der Fülle nicht mehr vollständig zu überblicken ist. Es gibt nicht die eine Wahrheit über die Spiele und es ist nach wie vor viel zu entdecken (Joeckel 2018: 116).

2.5 Zwischenfazit

Das Spielen digitaler Spiele ist eine der beliebtesten Freizeitaktivitäten der Jugendlichen in Deutschland (MPFS und LFK BW 2018: 13). Der Spitzenreiter unter den gespielten Titeln ist Fortnite (MPFS und LFK BW 2018: 59). Das Spielprinzip Battle Royale, die darin enthaltenen Bauoptionen und das Free-to-Play Geschäftsmodell, mit der Möglichkeit zusätzliche Gegenstände zu kaufen, sind wichtige Bestandteile des Spiels (Gaumann 2018). Der Hype um das Spiel geht sogar über digitale Grenzen hinaus (Herold 2018). Die Altersfreigabe war zunächst uneinheitlich und nicht durch die USK festgesetzt. Die pädagogischen Ratgeber kommen zu einer anderen Alters einschätzung als die USK. Aus Sicht der USK ist das Spiel für GamerInnen ab 12 und aus Sicht der Ratgeber ab 14 Jahren geeignet (Kapitel 2.1.2). Das digitale Spiel Fortnite ist ein Medium und kann somit auch unter medienpädagogischen Aspekten betrachtet werden. Wie vielschichtig die Medienpädagogik ist und welche komplexen Zusammenhänge zwischen den in der Medienpädagogik verorteten Begrifflichkeiten bestehen, haben die beschriebenen Definitionen aufgezeigt. Die Medienpädagogik richtet ihren Blick u.a. auf die Erziehung, Bildung und Sozialisation (Süss 2018: 1). Je nach betrachteter Hauptströmung stehen bewahrpädagogische, bildungstechnologische oder handlungsorientierte Vorgehensweisen im Fokus (Fleischer und Hajok 2016: 117–121). Individuelle Kompetenzen, Vorwissen oder Erfahrungen dienen als Anknüpfungspunkte im medienerzieherischen Handeln von Kindern und Jugendlichen. Für das Heranführen der Heranwachsenden an Medien, die Entwicklung eines kritisch-reflexiven Umgangs, dem Erkennen von Chancen und Risiken und der Förderung der Medienkompetenz sind neben den Familien institutionelle Erziehungsakteure gefordert (Fleischer und Hajok 2019: 62–63). Diese beachten zur Erreichung der Ziele die Besonderheiten digitaler Spiele im medienpädagogischen Kontext unter zusätzlicher Berücksichtigung der unterschiedlichen Perspektiven, beispielsweise die der SpielerInnen. Die dafür notwendigen Kompetenzen werden oftmals als gegeben vorausgesetzt oder durch Schulungen gefördert. Für die Fachkräfte, die sich beispielsweise in Jugendfreizeiteinrichtungen zwangsläufig mit dem Medienumgang ihrer KlientInnen auseinandersetzen müssen, kann hilfreich sein, den aktuellen Stand der Forschung in ihre Arbeit mit einzubeziehen (Kapitel 2.4.5 u. 2.4.6).

3 Medienpädagogische Analyse

Die nachfolgende medienpädagogische Analyse des Spiels Fortnite basiert auf der theoretischen Grundlage des zweiten Kapitels, ergänzender Literatur, greift zudem Aussagen aus einem Interview der Eltern- und Jugendberatungsstelle der Caritas Münster mit einem 15-Jahre alten Fortnite-Spieler auf und schließt die Ergebnisse der nachkommend beschriebenen primärempirischen Forschung mit ein.

3.1 Forschungsdesign und Erhebungsinstrumente

3.1.1 Leitfaden-ExpertInneninterview

Die Forschungsfrage wird anhand von zwei leitfadengestützten ExpertInneninterviews analysiert. Der Leitfaden befindet sich im ersten, ein Glossar mit Kurzdefinitionen verwendeter Begriffe der ExpertInnen im zweiten und die Interviews selbst sind im dritten und vierten Anhang der Arbeit enthalten.

Die Befragung beider ExpertInnen wurde anhand eines Interviewleitfadens (Anhang 1) durchgeführt. Im erste Abschnitt des Interviews wurde das Erleben des Spiels Fortnite im beruflichen und persönlichen Kontext der Befragten thematisiert. Der zweite Teil greift die Perspektive der SpielerInnen auf. Hier stehen der Umgang mit Fortnite und die Faszination der Jugendlichen für das Spiel im Mittelpunkt. Die Perspektive der Eltern, ihre Ängste und Aufgaben bilden den dritten Themenblock der Befragung. Die Frage, ob Fortnite SpielerInnen online und offline Teamplayer sind, soll zur Beleuchtung der Perspektive Freundeskreis beitragen. Die Möglichkeiten der Schule, den Hype um das Game für sich zu nutzen, bildet den fünften Bereich. In der danach folgenden Frage geht es um die Perspektive professioneller Fachkräfte wie beispielsweise SozialarbeiterInnen und wie diese den Umgang mit Jugendlichen rund um das Spiel Fortnite gestalten können. Der letzte Teil des Interviews beinhaltet die Frage nach der zukünftigen Entwicklung, speziell im Hinblick auf den Fortbestand des Spiels Fortnite und den Einbezug neuer Trends im Gaming-Bereich.

Die Auswahl der Erhebungsmethode begründet sich u.a. aus dem besonderem Wissen, über das ExpertInnen verfügen. Dieses kann beispielsweise aus einer individuellen Position und persönlicher Beobachtung über soziale Kontexte in ihren Tätigkeiten für Organisationen entstehen. Die gewählte Methode eignet sich in ihren Spezifikation besonders zur Erschließung dieses Wissens über soziale Sachverhalte (Gläser und Laudel 2012: 11–12). Die Durchführung der Interviews ersetzt zudem einen aufwändigen Erhebungsprozess, da das praktische Insiderwissen der befragten Personen stellvertretend für das Wissen einer Vielzahl relevanter AkteurInnen steht (Bog-

ner 2009: 8). Das qualitative Erhebungsinstrument ist dabei in der Lage, auf Grundlage der Interpretation menschlichen Handelns, dieses zu beschreiben bzw. zu erklären. Um das Ziel der Forschung zu erreichen, wird der empirische, d.h. auf Erfahrung der ExpertInnen beruhende Prozess in Beziehung zu den vorhandenen theoretischen Materialien gesetzt und analysiert (Gläser und Laudel 2012: 24–25). Das gewählte Leitfadeninterview bietet zudem die Möglichkeit, den ExpertInnen Fragen zu stellen, die in jedem geführten Gespräch beantwortet werden. Es lässt dennoch einen weitestgehenden natürlichen Gesprächsverlauf zu, in dem die interviewten Personen bestimmte Themen und Aspekte selbst einbringen können (Gläser und Laudel 2012: 42). Das ExpertInneninterview anhand von Leitfragen zu führen wird darüber hinaus der Notwendigkeit gerecht, möglichst das Ziel der Forschung bzw. die unterschiedlichen zu untersuchenden Themenbereiche in den Mittelpunkt des Erhebungsprozesses zu stellen (Gläser und Laudel 2012: 111).

Die Auswahl der InterviewpartnerInnen ergibt sich aus deren Tätigkeiten in den jeweiligen Organisationen, die auf eine Rekonstruktion der zur Beantwortung der Forschungsfrage notwendigen Informationen rückschließen lässt (Gläser und Laudel 2012: 117). Die jeweils transkribierten Interviews sind im dritten bzw. vierten Anhang der Arbeit enthalten und wurden für den Forschungsprozess, wie im folgenden Teil der Arbeit beschriebenen, anhand der Methode der qualitativen Inhaltsanalyse, untersucht.

3.1.2 Qualitative Inhaltsanalyse

Die angewendete qualitative Inhaltsanalyse dient der systematischen Gewinnung von Informationen aus Texten. Die geführten ExpertInneninterviews werden dazu anhand eines Analyserasters auf relevante Informationen hin durchsucht (Gläser und Laudel 2012: 46). Als relevant bezeichnet werden in diesem Kontext alle Informationen, die zu der Beantwortung der Forschungsfrage von Bedeutung sind. Das dafür verwendete Raster besteht aus Kategorien, die in ihrer Gesamtheit als Kategoriensystem bezeichnet werden (Kuckartz 2016: 38). Die deduktive, d.h. vor der ersten Durchsicht der Materialien erfolgte Bildung der Kategorien begründet sich aus der gestellten Forschungsfrage und den dazu aufgestellten Hypothesen (Kuckartz 2016: 63–64). Diese suggerieren einen Einfluss von Fortnite auf das Leben Jugendlicher in unterschiedlichen Bereichen und erfordern eine Analyse hinsichtlich denkbarer Perspektiven. Die Durchführung der qualitativen Inhaltsanalyse stellt sich in dieser Arbeit in einem Ablaufschema wie folgt dar:

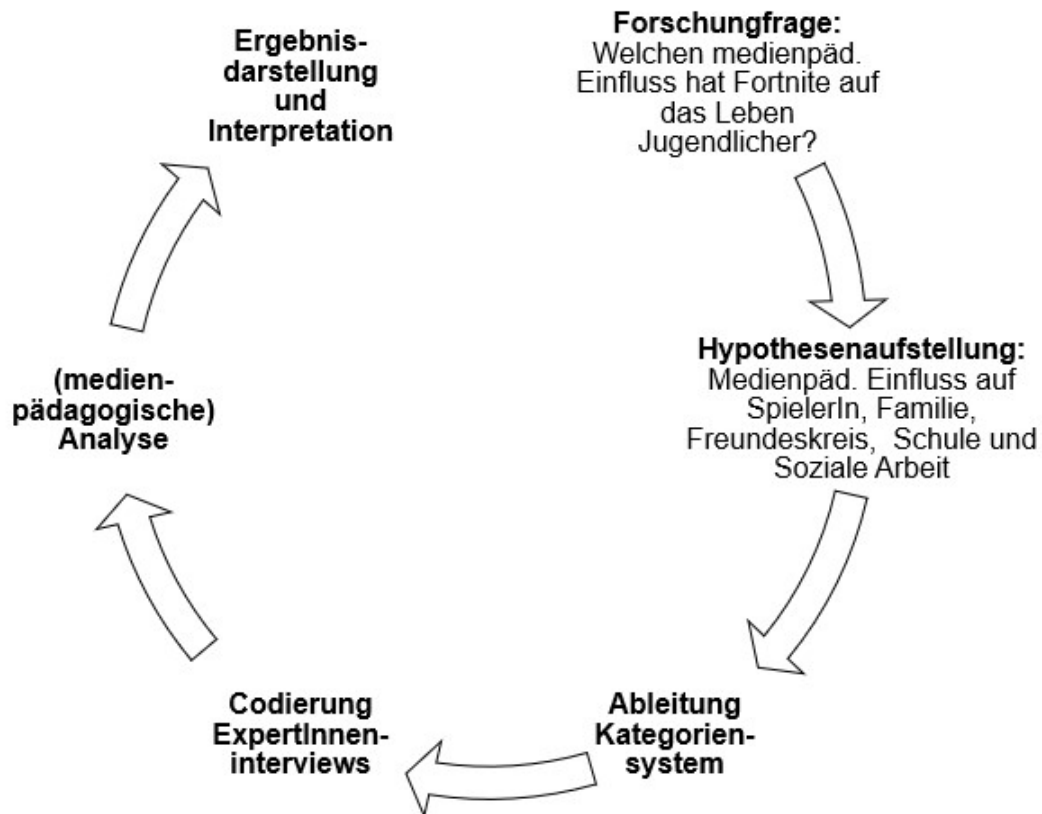


Abbildung 12: Ablaufschema Inhaltsanalyse (eigene Darstellung in Anlehnung an (Kuckartz 2016: 45))

Um eine Interpretation der enthaltenen Informationen zu ermöglichen, werden im nachfolgenden Teil der Ausarbeitung Kategorien anhand von Ankerbeispielen und Kodierregeln definiert. Die Informationen sind in Kodiereinheiten aufgeschlüsselt. Eine Einheit bildet eine Information aus einer Textstelle ab, deren Inhalt einer bestimmten Kategorie zugeordnet ist (Kuckartz 2016: 40–41).

3.1.3 Vorgehensweise bei der Auswertung

Die Strukturierungsdimension leitet sich aus der Fragestellung nach dem medienpädagogischen Einfluss des Spiels Fortnite auf das Leben Jugendlicher ab. Ebenso tragen zuordnungsfähige medienpädagogische Antworten aus den Einflussbereichen zur deduktiven Kategorienbildung bei. Zudem gelten die Familie bzw. die Eltern, die Freunde, die Schule und auch die Medien selbst als wichtige Faktoren im Sozialisationsprozess der Heranwachsenden (Süss 2018: 136). Die danach ausgewählten Kategorien SpielerIn, Familie, Freundeskreis, Schule und Soziale Arbeit im medienpädagogischen Kontext begründen bzw. orientieren sich demzufolge an der Lebenswelt Jugendlicher, in welcher Fortnite und andere digitale Spiele wichtige Bestandteile sein können (Stiftung Digitale Spielekultur und TH Köln 2017: 1).

Den einzelnen Kategorien wurden folgende Farbcodierungen sowie Ankerbeispiele aus den transkribierten ExpertInneninterviews zugewiesen (Mayring 2015: 97):

Kategorie	Farbcode	Ankerbeispiel
SpielerIn	Gelb	„Man kann sofort anfangen, es ist sofort spannend. Nicht langweilig, man hat von Anfang an, von der ersten Sekunde an quasi Druck, positiv oder negativ interpretiert, aber ist halt nie langweilig“ (Interview 2: Z. 92-94).
Freundeskreis	Türkis	„Und auch von der reinen Spielzeit her, verbringt man ja bis hin zur Hälfte der Zeit eigentlich nicht im Spiel sondern eher in der Lobby und chattet, unterhält sich, also es ist eigentlich dieses miteinander abhängen“ (Interview 1: Z. 82-85).
Familie	Hellgrün	„Also Eltern sehen immer das Problem in dem Battle-Royal-Modus, wo sich eben die Kinder auf einer Insel bekämpfen, bekriegen, bis nur noch einer übrig bleibt“ (Interview 1: Z. 17-19)
Schule	Rosa	„Man kann es tatsächlich auch als große Motivation nehmen, dass man sagt, man greift deren Lebenswelt auch in der Schule auf“ (Interview 1: Z. 375-376).
Medienpädagogische Soziale Arbeit	Blaugrün	„Das ist natürlich auch, wenn ich im pädagogischen Kontext mit Kindern und Jugendlichen arbeite oder in einer Einrichtung und mir dann die Frage stelle, dürfen die das hier spielen oder nicht“ (Interview 2: Z. 39-41).

Tabelle 6: Kategoriensystem (eigene Darstellung)

Bestehende Abgrenzungsprobleme zwischen Kategorien werden durch die Kodierregel beseitigt, die eine Zuordnung hinsichtlich einer inhaltlichen Gewichtung zu einzelnen Kategorien vorsieht (Mayring 2015: 97). Die Informationen der ExpertInnen werden bei Abgrenzungsproblemen, die keine inhaltliche Gewichtung erkennen lassen, immer in die Kategorie eingeschlossen, die sich aus der Zuordnung der gestellten Leitfrage und der dazugehöriger Antwort zu dem aktuellen Themenblock des Leitfadens ergeben. Diese sogenannten Themenblöcke orientieren sich größtenteils an

dem definierten Kategoriensystem (Anhang 1). In einem farblich zugeordnetem Bereich können Bezüge zu weiteren Kategorien durch Markieren einzelner Wörter hergestellt werden. Die farbliche Codierung ist Teil der transkribierten ExpertInneninterviews im Anhang dieser Arbeit.

3.1.4 Ergebnisdarstellung und Interpretation

Die aus der Auswertung gewonnenen, den deduktiven Kategorien zugewiesenen, ExpertInnenaussagen werden im nachfolgenden Kapitel genutzt, um die verschiedenen Perspektiven bzw. Einflussbereiche hinsichtlich medienpädagogischer Relevanz zu beschreiben und zu analysieren. Besondere Ausprägungen, Häufungen, die auf eine besondere Bedeutung für den Sachverhalt schließen lassen (Gläser und Laudel 2012: 198) und sich überschneidende Thesen der ExpertInnen, die aus der Materialdurchsicht der geführten Interviews hervorgehen, werden ebenfalls zur Interpretation der jeweiligen Perspektiven genutzt, jedoch bewusst an keiner weiteren Stelle in dieser Arbeit separat zusammengefasst (Mayring 2015: 103–104).

3.2 Fortnite im medienpädagogische Kontext

Für die medienpädagogische Analyse des Spiels Fortnite bzw. um die Forschungsfrage zu beantworten, welchen Einfluss das Spiel aus medienpädagogischer Sicht auf die ausgewählten Lebensbereiche der SpielerInnen hat, werden die genannten Perspektiven untersucht. Insbesondere wird anhand von Beispielen und von in Kapitel 2 vorgestellten Konzepten die Bedeutung der Medienkompetenz bzw. Medienkompetenzförderung sowie der Einfluss auf Mediensozialisationsprozesse und Medienaneignung in Bezug auf Fortnite herausgearbeitet. Zu Beginn der Analyse richtet sich der Blick auf die SpielerInnen selbst.

3.2.1 Perspektive SpielerInnen

Für an Fortnite interessierte Jugendliche ist der Zugang zum Spiel keine Hürde. Wie im Abschnitt über das Geschäftsmodell von Fortnite beschrieben ist der beliebte Battle-Royale Modus kostenlos auf allen gängigen Geräten verfügbar. Nach Einschätzung der ExpertInnen ist das unentgeltliche und plattformübergreifende Grundsetting und die daraus resultierende sehr niedrige Zugangsvoraussetzung ein entscheidender Faktor, warum das Spiel bei Jugendlichen, in einer gegenüber anderen Spielen, vorher nie dagewesenen Form beliebt ist und gehypt wird (Interview 1: Z. 135-138 u. Interview 2: Z 52-60). Der, von der Beratungsstelle der Caritas Münster interviewte 15 Jahre alte Fortnite-Spieler Julius K. bezeichnet die Tatsache, dass das Spiel kostenlos ist als „super verlockend“ und bestätigt damit die Einschätzung der ExpertInnen

(Caritas Münster 2019). Im Kontext der in Kapitel 2.2.3 vorgestellten Medienaneignungsdimensionen bedeutet dies, dass die Nutzung bzw. Auswahl von Fortnite als Medieninhalt, bei bestehendem individuellem Interesse der Jugendlichen von Seiten des Publishers Epic Games, nicht durch monetäre Faktoren beschränkt wird. Mögliche Restriktionen hinsichtlich der Auswahl oder in Bezug auf Spielzeiten, zum Beispiel durch die Erziehenden, werden in den jeweiligen Perspektiven weiter untersucht.

Die Faszination der SpielerInnen, die durch Einwirkungs- und Gestaltungsmöglichkeiten entstehen, werden in der Spielmechanik von Fortnite u.a. aufgegriffen, indem den SpielerInnen die Möglichkeit gegeben wird, ihre Spielfigur individuell zu gestalten. Fortnite setzt dabei nicht nur auf männliche Spieler. Zur Auswahl stehen sowohl unterschiedliche weibliche, männliche als auch fiktive Figuren, die durch freigeschaltete bzw. gekaufte „Skins“ und „Emotes“, wie z.B. Tänze, gestaltet werden können. Beide Experten verdeutlichen die offensichtlich große Bedeutung dieser Spielelemente mehrfach in ihren Aussagen. Den SpielerInnen wird durch das anfangs großzügige Belohnungssystem im Spiel, welches immer wieder neue „Skins“ und „Emotes“ zur Verfügung stellt, Wertschätzung entgegengebracht. Die Motivation steigt, wenn durch Erfolge neue Stufen erreicht werden. Entscheidend ist dabei auch, umso mehr gespielt wird und umso besser, desto mehr Belohnungen erhalten die GamerInnen (Interview 1: Z. 88-98). Besondere „Skins“ und „Emotes“ haben einen Stellenwert wie ein Statussymbol. Sie bringen keine spielerischen Vorteile mit sich, sondern zeigen nur an, dass die Person entweder besonders gut und erfahren ist oder sich die Gegenstände im Shop von Fortnite leisten kann (Interview 2: Z. 69-79). SpielerInnen sind in Fortnite häufig dem Reiz ausgesetzt einen Wiedererkennungswert für die eigens gestaltete Spielfigur erreichen zu wollen. „Da die virtuelle Währung durch Spielfortschritte nur langsam verdient werden kann, ist die Verlockung groß, reales Geld in solche Erweiterungen zu investieren“ (Projektbüro SCHAU HIN! 2019). Fortnite setzt, wie im Unterkapitel 2.1.3 Geschäftsmodell beschrieben, einen „Battle Pass“ ein, um zusätzlichen Umsatz mit dem Verkauf von Gegenständen zu generieren. Denn nur BesitzerInnen des Passes bekommen einen Großteil der Gegenstände wie „Skins“ und Tänze freigeschalten. Laut dem interviewten Leiter der „ComputerSpieleSchule“ Stuttgart fühlt sich dies für die SpielerInnen so an als würde ihnen permanent eine Karotte vor die Nase gehalten werden. Der Drang dem nachzugeben und den „Battle Pass“ in dem Moment kaufen zu wollen, ist selbst für Erwachsene nachvollziehbar (Interview 1: Z. 35-44). Zusätzlich gibt es im Spiel exklusive „Skins“, die die virtuelle mit der realen Welt verknüpfen. Wie im Beispiel des „Samsung Galaxy Skins“

oder der Gegenstände, die nur für die Teilnahme am „Marshmello“ Konzert vergeben wurden, können GamerInnen besondere Anerkennung von anderen SpielerInnen erfahren, wenn sie diese besitzen (Interview 1: Z. 105-126). Der kommerzielle Erfolg des Spiels bestätigt, dass Personen bereit sind entsprechend Geld auszugeben (Interview 1: Z. 66-68). Das Ergebnis der „forsa“ Studie „Geld für Games“ für die DAK-Gesundheit Krankenkasse zeigt in diesem Kontext auf, dass Jungen eher bereit sind Geld für Extras in Spielen zu investieren als Mädchen. Insgesamt werden innerhalb eines halben Jahres im Durchschnitt circa 52 Euro für virtuelle Gegenstände ausgegeben. Die auch in Fortnite verfügbaren Extras zur Verschönerung, wie „Skins“ und Tänze belegen dabei den ersten Platz. In-Game-Geld, wie die „V-Bucks“ aus Fortnite, sind in der Studie auf dem zweiten Platz (forsa Politik- und Sozialforschung GmbH und DAK-Gesundheit 2019: 39–43). Die Mikrotransaktionen sind aufgrund ihrer Präsenz und Wichtigkeit in den pädagogischen Beurteilungen durch den Spieleratgeber NRW und dem Onlineportal „spielbar.de“ nicht unberücksichtigt geblieben (Kapitel 2.1.3).

Ein zusätzlicher Faktor, der den SpielerInnen in Fortnite Gestaltungsräume und Selbstwirksamkeitserlebnisse ermöglicht, ist die im Unterkapitel über das Spielprinzip dargestellte Funktion, dass mit gesammelten und gewonnenen Rohstoffen gebaut werden kann. Diese Option kommt auch im neu hinzugefügten Kreativmodus verstärkt zum Einsatz. Wie Arne Zaefferer vom Jugendring Düsseldorf im zweiten ExpertInneninterview bestätigt, greift Fortnite damit einen Trend bzw. ein wichtiges Element auf, das auch anderen Spielen wie Minecraft, zu unglaublichem Erfolg verholfen hat (Interview 2: Z. 64-69). Verstärkend kommt in Fortnite hinzu, dass das Spiel leicht zu erlernen ist. Nichts muss hart erarbeitet werden (Interview 1: Z. 88-101). Fortnite lebt quasi von der Niederschwelligkeit und dem geringen Aufwand sich im Spiel zurechtzufinden (Interview 1: Z. 355-366). Es bietet eine Kombination aus Leichtigkeit und spielerischem Umfang (Interview 1: Z. 88-101). Dazu tragen zum einen die sich immer wieder je „Season“ und jetzt aktuell durch den Wechsel in „Chapter 2 Season 1“ veränderten Spielelemente bei. Zum anderen ist der, u.a. für jugendliche SpielerInnen, wichtige Schwierigkeitsgrad nicht zu hoch angelegt. Die Spielrunden sind im Vergleich zu anderen Computerspielen relativ kurz. Es ist sofort spannend, es gibt keine Langeweile, da von Anfang an ein positiv oder negativ interpretierbarer Druck besteht (Interview 2: Z. 90-94). Der Fortnite-Gamer Julius belegt diese Beurteilung mit seiner Aussage: „Zum einen der Nervenkitzel, ist ja schon ein Shooter, also ein Third-Person-Shooter (Anmerkung: man schaut im Spiel auf seinen eigenen Charakter). Jede Runde ist anders, nie gleich, egal wie lange man schon gespielt hat. Da

kommt keine Langeweile auf“ (Caritas Münster 2019). Fortnite ist demnach in der Lage die SpielerInnen schnell in den in Kapitel 2.4.2 beschriebenen Flow-Zustand zu versetzen. Andererseits kann das Spielprinzip, das den kontinuierlichen Druck mit sich bringt, nicht getötet zu werden, je nach individuellem empfinden Stress auslösen und zu Beeinträchtigungen führen (jugendschutz.net 2018: 2). Der Druck wird in Fortnite zusätzlich durch die zunehmende Verkleinerung der bespielbaren Welt aufgrund des „Sturms“ vergrößert (Kapitel 2.1.1). Prinzipiell besteht wie in den Risiken durch den Umgang mit Medien beschrieben die Gefahr, dass Heranwachsende sich aufgrund ihrer noch nicht abgeschlossenen körperlichen, geistigen, sozialen und moralischen Entwicklung, stärker durch Spiele wie Fortnite beeinflussen lassen und gewisse Inhalte noch nicht verarbeiten werden können. Ein Risikofaktor ist dabei die Konfrontation mit Gewalt in Spielen (Kapitel 2.2.6). Sowohl die USK als auch die genannten pädagogischen Spieleratgeber berücksichtigen die Gewaltdarstellung in Fortnite in ihren Empfehlungen. Die comichafte Optik, dass weder Blut noch Leichen zu sehen sind und eliminierte SpielerInnen lediglich in einem Lichtstrahl verschwinden, verringert die Wahrscheinlichkeit, dass die aufgelisteten Risiken im Hinblick auf die Persönlichkeitsentwicklung bei Jugendlichen eintreten (Kapitel 2.1.2). Der interviewte Experte der „ComputerSpielSchule“ Stuttgart ordnet die Gewaltdarstellung aufgrund der comichaften Darstellung, dem fehlenden militärischen Setting und dem Narrativ, dass SpielerInnen nach dem Eliminieren direkt in eine neue Partie wegteleportiert werden, ebenfalls nicht als jugendgefährdend ein (Interview 1: Z. 27-28 u. 156-168). Der von der Caritas interviewte Fortnite-Spieler Julius erkennt die Gewalt im Spiel, die aus seiner Sicht eher vorhanden ist wie in Spielen wie Minecraft. Eine Einstufung ab 14 Jahren hält er für gerechtfertigt, gerade wenn man die Gewalt im Vergleich zu Spielen ab 16 oder 18 Jahren betrachtet (Caritas Münster 2019).

In Bezug auf die in der Theorie beschriebenen Medienaneignungsdimensionen bleibt offen, in wie weit die individuellen SpielerInnen die Spielmechanik bzw. das Spielprinzip mit der Darstellung von Gewalt und das Geschäftsmodell von Fortnite mit seinen wirtschaftlichen und psychologischen Effekten als Einfluss wahrnehmen. Je nach Individuum, sozialer und gesellschaftlicher Rahmung, werden Reize und Einflüsse, wenn sich die Jugendlichen deren bewusst sind, unterschiedlich bewertet und verarbeitet (Kapitel 2.2.3). Sind Jugendliche in der Lage das Wesen und die Funktion, z.B. die Absicht des kommerziellen Erfolgs, hinter Fortnite zu durchschauen, besitzen sie einen Teilaspekt der Medienkompetenz (Kapitel 2.2.2). Gleichzeitig ergibt sich aus der Auseinandersetzung mit persönlichen Vorlieben und Interessen, beispielsweise wenn es um den Kauf von Gegenständen in Fortnite geht, das dem partizipativen

Medienhandeln zuzuschreibende Potential der Information und Orientierung (Kapitel 2.2.5). Bevor ein „Skin“ gekauft werden kann, müssen sich die SpielerInnen beispielsweise über mögliche Wege zur Bezahlung informieren. Sowohl der wirtschaftliche Erfolg aufgrund der Mikrotransaktionen im Spiel, die Verdeutlichung der ExpertInnenaussagen und die Verknüpfung der Ergebnisse der „forsa“ Studie belegen, dass Jugendliche insofern beeinflusst werden, dass sie durchaus bereit sind (Taschen-)Geld in Fortnite zu investieren. In Bezug auf das Spielprinzip besteht beispielsweise die Chance, dass sich Jugendliche mit ihrem moralischen Urteilsvermögen und ihren Werten auseinandersetzen, wenn sie andere MitspielerInnen in Fortnite eliminieren und dies durch die entsprechenden Tänze zelebrieren (Kapitel 2.2.5). Verknüpft mit der Theorie der Medienkompetenz, sind Jugendliche ggf. in ihrem eigenen Umgang mit Fortnite in der Lage, die dabei erlebten Erfahrungen und Emotionen für sich zu reflektieren. Zu den Eigenschaften der Medienkompetenz kann in Bezug auf Fortnite zudem zählen, dass das Spiel so genutzt wird, dass es als Kommunikationsmittel, für den Ausdruck von Kreativität, zur Entspannung oder als Angebot für Unterhaltung und ästhetisches Erleben dient (Kapitel 2.2.2). Passend dazu benennt die genannte Studie „Geld für Games“ die Gründe für ein Lieblingsspiel auf Platz 1 mit der Kategorie „weil es Spaß bringt“ und auf Platz 2 „ich dabei gut abschalten kann“ (forsa Politik- und Sozialforschung GmbH und DAK-Gesundheit 2019: 17). Ein Potential, das u.a. Kreativität und Kommunikation einbezieht, ist der Bereich des Selbstaudrucks über eigene Medienprodukte im partizipativen Medienhandeln (Kapitel 2.2.5). Fortnite-SpielerInnen sind wie das Beispiel des Streamers „Ninja“ zeigt nicht immer nur KonsumentInnen des Spiels, sondern auch ProduzentInnen von Fortnite-Videos auf entsprechenden Plattformen wie YouTube und Twitch (YouTube 2019b). Als Prosumen-tInnen teilen sie ihr Spielerlebnis mit der Community und mit FreundInnen.

3.2.2 Perspektive Freundeskreis und Community

Welchen Einfluss der Freundeskreis und die SpielerInnen-Gemeinschaft auf Jugendliche im Kontext von Fortnite haben, verdeutlicht bereits die Aussage im benannten Caritas-Interview: „Ein Kumpel hatte mir davon erzählt. „Lad dir das mal runter, ist kostenlos und ganz geil.“ Letztes Jahr hatte ich auf YouTube im Trend schon von dem Spiel gehört. Habe mich aber zuerst nicht für Fortnite interessiert“ (Caritas Münster 2019). In diesem Zusammenhang kann direkt die wachsende Bedeutung der StreamerInnen auf Plattformen wie YouTube für die Community genannt werden. Dies belegen u.a. die Aussagen im zweiten ExpertInneninterview. Im Vordergrund steht teilweise nicht mehr das Spiel selbst sondern die Person, die Spielinhalte streamt (Interview 2: Z. 363-377). NeueinsteigerInnen in Fortnite können sich beispielsweise auch

Tipps für AnfängerInnen in sogenannten „Let’s Play Videos“ anschauen (Caritas Münster 2019). Zahlreiche Textstellen aus den Interviews zeigen zudem auf, dass Fortnite ein sehr soziales Phänomen ist. GamerInnen spielen nicht allein vor sich hin. Im Gegenteil, das Spiel ist oftmals Treffpunkt für den bereits außerhalb des Spiels bestehenden Freundeskreis. In der Regel sind Kontakte zu anonymen Internetbekanntschaften im Spiel eher selten (Interview 1: Z. 76-80). Warum das Spiel überhaupt Treffpunkt für alle sein kann, hängt mit den Eigenschaften von Fortnite zusammen. Es ist für alle kostenlos und plattformübergreifend spielbar, d.h. jede Person kann gemeinsam mit den anderen spielen, egal welche Konsole, Computer, Smartphone und Tablet sie zur Verfügung hat (Interview 2: Z. 58-60). Der Leiter der „ComputerSpielSchule“ bezeichnet das Spiel sogar als soziales Feld, das schafft, dass SpielerInnen gemeinsam abhängen können und eine angenehme Zeit zusammen verbringen (Interview 1: Z. 126-129). Gespielt wird oftmals gemeinsam in der eigenen Clique, im Teammodus von Fortnite. Es werden teilweise gemeinsame Strategien entwickelt, um das Spiel zu gewinnen, z.B. wie besonders gut gebaut und verteidigt werden kann. Durch einen im Team erreichten Sieg kann auch ein Gemeinschaftsgefühl entstehen (Interview 1: Z. 212-215 u. 308-313). Eine Überleitung, dass Fortnite-SpielerInnen auch außerhalb des Spiels als TeamplayerInnen gelten, ist laut Einschätzung der interviewten ExpertInnen nicht belegbar (Interview 1: Z. 313-318 u. Interview 2: Z. 205-208). Julius, der wie 80 Prozent seiner Freunde, Fortnite spielt, tut dies ebenfalls meist im Team. Das macht nach seiner Aussage mehr Spaß. Es gibt untereinander Absprachen. Der Loot wird geteilt und Items werden so untereinander ausgetauscht, dass die MitspielerInnen die Gegenstände bekommen, mit denen sie am besten spielen können. Als Vorteil sieht Julius zudem die Möglichkeit sich gegenseitig wiederbeleben zu können. Was dem 15-jährigen richtig gut gefällt und er so von keinem anderen Spiel kennt, ist die beschriebene gemischte Lobby aus Konsolen-SpielerInnen und SpielerInnen mit anderen Zugangsgeräten. Nur deshalb hat er die Möglichkeit seinen Kumpel einzuladen, der über ein anderes Gerät Fortnite spielt (Caritas Münster 2019). Arne Zaefferer vom Jugendring Düsseldorf erkennt ebenfalls die zunehmende Bedeutung des Teamspiels in Fortnite. Dort findet ein Austausch unter FreundInnen statt (Interview 2: Z. 192-203). Mit diesen haben die meisten SpielerInnen auch im normalen Leben eine Beziehung. Online-Kontakte ersetzen in der Regel nicht die Freundschaften außerhalb des Spiels. Es können zwar auch neue Freundschaften entstehen. Dies ist in Fortnite durch die kurz angelegten Runden, im Vergleich zu Spieletiteln wie „World of Warcraft“, in denen über längere Zeiträume gemeinsam agiert wird, eher seltener der Fall (Interview 1: Z. 219-223 u. 329-348).

In Fortnite verbringen SpielerInnen ungefähr die Hälfte der Spielzeit nicht im eigentlichen Spiel direkt, sondern sie chatten und unterhalten sich, wie in Kapitel 2.4.3 beschrieben, auch über spielfremde Themen (Interview 1: Z. 82-85). Die gemeinsame Spielzeit in Fortnite kann unter Umständen einen sozialen Druck für einzelne Personen mit sich bringen. Treffen sich beispielsweise alle FreundInnen online für zwei bis drei Stunden Spielzeit, können diejenigen sozial außen vor sein, die aufgrund ihrer Eltern nur eine halbe Stunde oder sogar überhaupt nicht mitspielen dürfen (Interview 1: Z. 178-182). Ein weiterer Druck, der zum Beispiel durch die Gruppe auf einzelne SpielerInnen ausgeübt werden kann, ergibt sich aus der großen Bedeutung der „Skins“ und Tänze in Fortnite. Haben einzelne Personen keine besonderen „Skins“ gekauft oder freigeschaltet, werden sie teilweise von anderen als sogenannte „No-Skins“ beschimpft und können deshalb sogar verstärkt als Opfer ins Visier geraten. Der Vertreter der „ComputerSpielSchule“ ordnet dies als psychologischen Effekt in der sozialen Struktur des Spiels ein. Es herrscht ein gewisser Zwang unter den SpielerInnen cool auszusehen, um nicht zum Opfer zu werden. Diesem Zwang geben viele Jugendliche nach und kaufen sich die entsprechenden „Items“ im Fortnite-Shop. Dadurch bekommt die eigentlich rein optische Eigenschaft der „Skins“ und Tänze doch eine spielmechanische Auswirkung (Interview 1: Z. 49-66). Die Hemmschwelle, ausfallend zu werden und sich zu beleidigen, sieht Dejan Simonović von der „ComputerSpielSchule“ im Vergleich zu einer direkten Gegenüberstellung als deutlich niedriger an. Die Gefahr ein Opfer von Cyber-Mobbing und praktisch als „No-Skin“ von FreundInnen und der Community ausgeschlossen zu werden wird vermieden, in dem sich die SpielerInnen einen „Premium Platz“ erkaufen (Interview 1: Z. 198-204).

Das Spiel Fortnite hat es auch dank seiner käuflich zu erwerbenden Tänze geschafft, zum Massenphänomen zu werden. Diese wurden wie in Kapitel 2.1.4 beschrieben, beispielsweise durch Fußballstars und YouTube Videos, wie die der „Eh Bee Family“, in die analoge Welt übertragen. Aber auch die SpielerInnen selbst bilden eine Schnittstelle zwischen digitaler und analoger Welt, in dem sie sich beispielsweise auf dem Schulhof über das Spiel austauschen. Dadurch wurde u.a. auch das Interesse weiterer Kinder und Jugendlicher geweckt. Die Fortnite Elemente, wie Tänze und die Sprache in der Community, wirken laut Arne Zaefferer vom Jugendring Düsseldorf als spannend und cool. Sie sind wesentliche Faktoren, warum sich Fortnite so stark verbreitet hat und zum Massenphänomen wurde (Interview 2: Z. 82-90). Zusätzlich tragen Events wie das in Kapitel 2.1.4 beschriebene größte Online-Konzert der Welt oder die Fortnite Weltmeisterschaft dazu bei, dass Millionen von SpielerInnen Teil der Community in Fortnite sind (Interview 1: Z. 116-124). Sogenannte E-Sport Events wie

die Fortnite Weltmeisterschaft werden auch zwischen Teams ausgetragen. Der Experte Arne Zaefferer sieht in diesem Kontext „Social-Skills“ als wichtigen Punkt an, um erfolgreiches „Teamplying“ zu betreiben. Zudem bieten Computerspiele aus seiner Sicht eine Chance, um dies zu erlernen (Interview 2: Z. 228-236).

In Bezug auf die in der Theorie beschriebenen Chancen im Medienumgang bietet Fortnite, u.a. wenn es als Teamspiel gespielt wird, beispielsweise die Möglichkeit für FreundInnen zusammenzufinden und ein Wir-Gefühl unter Gleichaltrigen zu entwickeln. Es kann Ressource sein, um Sozialisation und Persönlichkeitsentwicklung voranzutreiben. Insbesondere wenn soziale Beziehungen so umgebaut werden, dass der Austausch mit Personen gleichen Alters zunimmt und die Eltern eine geringere Rolle spielen. Dies ist wie in Kapitel 2.2.5 beschrieben ohnehin notwendiger Teil einer Persönlichkeitsentwicklung. Im Hinblick auf das partizipative Medienhandeln steckt in Fortnite das, zu den gerade beschriebenen Umständen passende Potential von Austausch und Vernetzung. SpielerInnen können sich über Face-to-Face-Beziehungen hinaus und beispielsweise unabhängiger von räumlicher und zeitlicher Grenzen in der SpielerInnen-Lobby von Fortnite treffen. Dort kann ein Interessensaustausch stattfinden und Probleme können besprochen werden. Hier aktiv handelnde Heranwachsende treten in kommunikative Auseinandersetzungen, wie in Kapitel 2.2.3 dargestellt, insbesondere in ihren Peergroups und eignen sich dadurch Medien(-inhalte) an. Erschaffen Jugendliche darüber hinaus gemeinschaftliche Inhalte, wie zum Beispiel im Kreativmodus von Fortnite oder erstellen gemeinsame Videobeiträge über das Spiel, nutzen sie das Potential der Kooperation und Kollaboration des partizipativen Medienhandelns. Im Kontext der in Kapitel 2.2.2 erläuterten Medienkompetenz betrachtet, nutzen die Jugendlichen Fortnite im Freundeskreis beispielsweise als Medium zur Kommunikation, für den gemeinsamen Ausdruck von Kreativität und zur gemeinschaftlichen Unterhaltung. Damit die gemeinsamen Online-Treffen stattfinden, lernen die Jugendlichen sich untereinander zu organisieren und Absprachen zu treffen. Dabei fühlen sie sich häufig ihren MitspielerInnen gegenüber verpflichtet, möchten zur Gruppe dazugehören und wollen über Fortnite oder andere Spiele mitreden können (Kapitel 2.4.3). Dieser Wunsch kann, wie der Experte der „ComputerSpiel-Schule“ in dem Interview verdeutlicht hat, jedoch einen sozialen Druck entstehen lassen. Darf beispielsweise kein oder nur wenig Fortnite gespielt werden, weil die Eltern eher bewahrpädagogische Motive der Normativen Medienpädagogik verfolgen, sind diese Jugendlichen unter Umständen im Freundeskreis schneller sozial außen vor (Interview 1: Z. 178-182). Im Hinblick auf die Handlungsorientierte Medienpädagogik, stellt sich in Fortnite, wie die Analyse der Interviews gezeigt hat auch die Frage, wie

sich Jugendliche artikulieren und ihre sozialen Beziehungen untereinander gestalten (Kapitel 2.2.3). Das Beispiel des Schimpfwortes „No-Skin“ hat gezeigt, dass Jugendliche sich untereinander als AkteurInnen und TeilnehmerInnen einem Konsum- und Konformitätsdruck aussetzen. Wer in Fortnite nicht entsprechende „Skins“ besitzt kann Opfer von Mobbing werden (Kapitel 2.2.6; Interview 1: Z. 49-66 u. 198-204). Die Beleidigungen können beispielsweise über den Chat im Spiel erfolgen. Der In-Game-Chat in Fortnite ist so konzipiert, dass keine Kommunikation möglich ist solange allein gespielt wird. Sobald der Team-Modus aktiv ist, können FreundInnen diesen zum Austausch nutzen. Wer gerade keine bekannten Personen online zur Verfügung hat, kann per Zufallsgenerator einem Team mit fremden Personen beitreten. Wer diese Funktion nutzt hat zwangsläufig schriftlich oder auch verbalen Kontakt mit Fremden. Diese Eigenschaft von Fortnite berücksichtigt das Onlineportal „spielbar.de“ in seiner pädagogischen Beurteilung des Spiels (Gaumann 2018). Dieser Ratgeber und weitere können von Eltern bzw. Familien genutzt werden, um den Umgang Heranwachsender mit Fortnite zu verstehen und mit zu gestalten.

3.2.3 Perspektive Familie

Obwohl das Zuhause zentraler Ort ist an dem gespielt wird, wissen die Eltern oft nicht genau was die eigenen Heranwachsenden überhaupt spielen (Kapitel 2.4.4). Der Vertreter vom Jugendring Düsseldorf gibt hierzu im Interview zu bedenken, dass auch Eltern und ihre Vorerfahrungen mit Computerspielen sehr unterschiedlich sind. In vielen Fällen dominiert jedoch die Unwissenheit (Interview 2: Z. 108-114). Folgerichtig hat die Analyse der geführten Interviews gezeigt, dass unterschiedliche Sorgen der Eltern klar im Fokus stehen, wenn es um das Spiel Fortnite geht. Eine der Hauptsorgen ist die Darstellung von Gewalt. In diesem Zusammenhang fällt auch das Schlagwort „Ballerspiel“, welches aufhorchen lässt und einen schlechten Ruf hat (Interview 2: Z. 114-120). Der Experte Dejan Simonović hat dies ebenfalls als eines der offensichtlichsten Probleme der Eltern mit Fortnite ausgemacht. Gleichzeitig kann er besorgte Eltern beruhigen. Der beschriebene Battle-Royal-Modus in Fortnite klingt zwar zunächst nach einem brutalen Spielkonzept, die comichafte Darstellung der Gewalt ist jedoch nicht jugendgefährdend. In Bezug auf die Gewalt in Fortnite orientiert er sich in seiner Einschätzung zur Altersfreigabe an den 14 Jahren, die auch von den pädagogischen Ratgebern so ausgesprochen wurden. Er sieht jedoch auch kein Problem darin, wenn Eltern entscheiden, dass ihre Jugendlichen das Spiel ab 12 Jahren spielen dürfen und somit der Empfehlung der USK folgen (Kapitel 2.1.2; Interview 1: Z. 16-28 u. 154-172). Schränken Eltern ihre Jugendlichen in deren Auswahl, Fortnite spielen zu wollen ein, kann dies unterschiedliche Gründe haben und bringt ein

Konfliktpotential mit sich. Es können beispielsweise bewahrpädagogische Gedanken im Vordergrund stehen, weil Eltern vermeintlich ihrem Erziehungsauftrag nachkommen wollen, den Jugendlichen evtl. die Kompetenz für einen angemessenen Umgang mit dem Spiel absprechen oder mögliche Risiken durch Fortnite vermeiden möchten (Kapitel 2.2). Dabei stehen sie u.a. vor der Aufgabe, den individuellen Entwicklungsstand ihrer Schützlinge zu berücksichtigen und sie gleichzeitig nicht durch erzieherische Maßnahmen ihrer Möglichkeiten zu berauben, Medienkompetenz durch Selbstbefähigung zu erlangen (Kapitel 2.2.2 u. 2.2.6).

Eltern ist jedoch nicht immer klar, welches soziale Phänomen Fortnite ist und dass die Jugendlichen meist nicht allein vor sich Hinspielen (Interview 1: Z. 76-79). Dabei ist ein wichtiges Argument für die Jugendlichen gegenüber den Eltern, wie in der Perspektive Freundeskreis und Community beschrieben, dass sie nicht sozial außen vor sein möchten, weil sie kein oder im Vergleich nur wenig Fortnite spielen dürfen. Dieser soziale Druck in Kombination mit zu langen Spielzeiten ist für den Leiter der „ComputerSpielSchule“ eine begründete Sorge. Die Spielmechanismen sind in Fortnite so ausgelegt, dass Jugendliche nicht unbedingt bemerken wieviel Zeit sie tatsächlich im Spiel verbringen (Interview 1: Z. 172-185). Andererseits sind die einzelnen Runden in Fortnite mit 15 bis 30 Minuten im Vergleich zu anderen Spielen relativ kurz, je nachdem, wann die Spielfigur abgeschossen wird (Caritas Münster 2019). Ein Online-Rollenspiel lohnt sich beispielsweise unter drei Stunden Spielzeit nicht immer. Die SpielerInnen können mit ihren Eltern demnach einfacher aushandeln, eine Runde Fortnite spielen zu dürfen (Interview 2: Z. 94-98). Auch im Kontext der Spielzeiten gibt Arne Zaefferer vom Jugendring Düsseldorf zu bedenken wie unterschiedlich Eltern eingestellt sind. Losgelöst von Fortnite sieht er es als grundsätzliche Frage des Medienumgangs, ob Kinder und Jugendliche beispielsweise solange spielen dürfen wie sie wollen oder die Familie es generell nicht erlaubt (Interview 2: Z. 157-164). Der Vertreter der „ComputerSpielSchule“ argumentiert in ähnlicher Weise. Die häufige Frage der Eltern wie lange am Tag gespielt werden darf, ist aus seiner Sicht nicht leicht zu beantworten. Es gibt keine pauschal gültigen Regeln. Er sieht ab dem Jugendalter keinen Sinn mehr in Tabellen zur Orientierung von Mediennutzungszeiten. Spätestens ab 12 Jahren seien minutengenaue Regeln überflüssig. Vielmehr gilt es die Zeiten miteinander auszuhandeln und einen authentischen, passend zum Erziehungsstil der Eltern, individuellen Weg in den Familien zu finden (Interview 1: Z. 270-282). Der Spieleratgeber NRW empfiehlt Fortnite nur dann zu erlauben, wenn ausreichend Zeit zur Verfügung steht, da das Spiel weder pausiert noch gespeichert werden kann

(Spieleratgeber NRW und Stadt Köln 2019). Wie in Kapitel 2.4.4 beschrieben, empfiehlt die USK als Richtwert für Jugendliche ab 12 Jahren eine maximale Spieldauer von 90 – 120 Minuten. Die USK verweist jedoch auf den Zusatz, je älter die Jugendlichen sind, desto flexibler sollten Eltern sein. Wichtiger Hinweis ist zudem, dass es einzelne Tage und Phasen geben kann, in denen auch mal länger gespielt wird. Diese sind in der Regel unbedenklich, solange keine der in Kapitel 2.4.4 dargestellten Begleitsymptome auftreten. Julius gibt im Interview mit der Caritas an, dass er in den ersten Wochen jeden Tag circa zwei Stunden Fortnite gespielt hat. Mittlerweile spielt er nicht mehr jeden Tag, dafür aber länger (Caritas Münster 2019).

In den allermeisten Fällen bleibt die Sorge der Eltern unbegründet, dass zu exzessiv gespielt wird oder sogar eine Sucht besteht. Verstärkt wird diese Problematik durch die Aufnahme der Computerspielsucht in die ICD Klassifikation (Interview 2: Z. 120-135). Aufgrund der Komplexität wird in dieser Arbeit nicht ausführlicher auf die Computerspielsucht eingegangen. Der Experte der „ComputerSpielSchule“ verweist darauf, dass von einer Suchtproblematik und psychischen Störung nicht ausgegangen werden kann, nur weil Jugendliche gefühlt ununterbrochen von Fortnite reden. Als wichtige Anhaltspunkte für Eltern benennt er, nicht nur das Spielverhalten an sich zu betrachten, sondern das gesamte Leben der Jugendlichen im Blick zu haben. Dazu gehört der Umgang mit FreundInnen, der Schule bzw. der Schulleistungen, der Arbeit oder weiteren sozialen Beziehungen. Anhaltspunkt kann zudem sein, ob neben dem Computerspielen weitere Hobbies bestehen (Interview 1: Z. 252-282). Auch der Experte sieht einzelne Phasen, in denen sich Jugendliche auch mal über längere Zeiträume für Fortnite begeistern und das Spiel sehr präsent ist als unproblematisch an. Erst wenn über ein Jahr hinweg dauerhaft gespielt wird und dazu die benannten Symptome auftreten, kann tatsächlich von einer Sucht gesprochen werden. Meist erst in diesem Zusammenhang kann auch die häufige Sorge der Eltern bestätigt werden, dass Schulleistungen aufgrund des Spiels stark abfallen. Der Experte rät den Hype um Fortnite diesbezüglich nicht zu überbewerten. Tritt ein Risikofall auf, in dem eine KlientIn tatsächlich von einer Suchtproblematik betroffen ist, empfiehlt er Eltern sich an eine Suchtpräventionsstelle zu wenden, bzw. an diese als pädagogische Fachkraft weiterzuvermitteln (Interview 1: Z. 417-443).

Ein weiteres für Eltern schwieriges Thema kann die Nachvollziehbarkeit der Wertigkeit der „Skins“ und Tänze in Fortnite sein (Interview 1: Z. 44-49). Laut Dejan Simonić ist für Eltern zwar meist erkennbar, wenn Jugendliche für Fortnite Geld ausgeben möchten oder sich Guthabekarten wünschen. Fraglich ist inwieweit die unter-

schiedlichen Eltern das Geschäftsmodell hinter Fortnite durchschauen und den Konsum- und Konformitätsdruck, der von Fortnite auf Jugendliche ausgehen kann, als solchen wahrnehmen (Interview 1: Z. 185-193). Der Experte Arne Zaefferer sieht zumindest aufgrund der gegebenen Bezahlssysteme und Gutscheinkartenzahlungen keine Problematik, was die Kontrollmöglichkeiten der Eltern angeht (Interview 2: Z. 144-157). Die Bedeutung der „Skins“ kann unter Umständen auch in das Blickfeld der Eltern geraten, wenn die Jugendlichen als „No-Skins“ zu Opfern von Mobbing in Fortnite oder im Freundeskreis werden. Als im Vergleich zu anderen Plattformen weniger kritisch sieht der Leiter der „ComputerSpielSchule“ die Gefahr in Fortnite Opfer von sexueller Belästigung bzw. Cyber-Grooming zu werden. Dies hängt mit der Tatsache zusammen, dass Fortnite meist mit FreundInnen der bereits bestehenden Clique gespielt wird (Interview 1: Z. 198-225). Der Experte vom Jugendring Düsseldorf hebt in diesem Kontext die Notwendigkeit hervor, dass Eltern zumindest mit ihren Schützlingen darüber sprechen und aufklären sollten, was Cyber-Mobbing und Cyber-Grooming ist. Relevant ist z.B. Fragen zu stellen, mit wem in Fortnite kommuniziert wird, wen Jugendliche im Spiel kennengelernt haben und welche Daten sie von sich preisgeben (Interview 2: Z. 170-184). Allgemein wichtig ist im Hinblick auf Daten, die Jugendlichen so zu sensibilisieren, dass sie unproblematische Daten von sensiblen unterscheiden können. Auch Fortnite fordert, wie viele andere Spielangebote, das Anlegen eines NutzerInnen-Profiles. Eltern können ihre Heranwachsenden dabei unterstützen ein Bewusstsein für die Eingabe von persönlichen Daten zu entwickeln. Über die mögliche Weitergabe und den Verkauf der Daten an Dritte, beispielsweise zu Werbezwecken, kann von Seiten der Eltern aufgeklärt werden (USK und Stiftung Digitale Spielekultur o. J.: 31). Ebenfalls aufgrund der Komplexität wird in dieser Arbeit nicht ausführlicher auf die Thematik des Datenschutzes in Computerspielen eingegangen.

Unter Einbezug der im Theorieteil erarbeiteten Erkenntnisse kann im Hinblick auf die vielfältigen Sorgen der Eltern hinsichtlich der Einflüsse und des Gefährdungspotentials von Computerspielen festgehalten werden, dass die Forschung in verschiedenen Studien zu keinen eindeutigen Ergebnissen gekommen ist. Negative Einflüsse und Auswirkungen sind abhängig von komplexen Zusammenspielen verschiedener Faktoren. Für die meisten Jugendlichen sind Spiele wie Fortnite unproblematisch (Kapitel 2.4.6). Vielmehr können Eltern die starke Präsenz des Spiels im Leben der Jugendlichen nutzen, um mit ihnen ins Gespräch über Fortnite und dessen Einflüsse zu kommen. Wichtig ist dabei die Heranwachsenden als ExpertInnen ihres eigenen Medienhandelns zu akzeptieren und ihre Sichtweise ernst zu nehmen (Fleischer und Hajok

2016: 163). Dann steigt für Eltern die Chance, ihre Erziehung im Hinblick auf Fortnite so ausrichten zu können, dass die Jugendlichen selbst einen kritisch-reflexiven Umgang zum Spiel entwickeln, Chancen und Risiken bewusst wahrnehmen und Medienkompetenz erlangen (Kapitel 2.2). Die Medienkompetenz kann von Eltern zum Beispiel gefördert werden, wenn sie mit den Jugendlichen über Absichten wie Werbung, kommerzieller Erfolg und dem Sammeln von persönlichen Daten in Fortnite sprechen (Kapitel 2.2.2). Damit dies überhaupt möglich ist, benötigen Eltern selbst die geforderte Medienkompetenz. Ein Baustein dafür ist, dass Eltern Fortnite selbst durch eigene Spielerfahrungen erleben. Somit schaffen sie sich eine Grundlage um gezielt für die eigenen individuellen Jugendlichen Hilfestellungen zu geben und Risiken besser einschätzen zu können. Zusätzlich tragen gemeinsame Spielrunden zu einem besseren Verständnis bei (USK und Stiftung Digitale Spielekultur o. J.: 22). Ein positives Beispiel wie Eltern gemeinsam mit ihren Heranwachsenden Fortnite genutzt haben, um Spaß zu haben, etwas zu erleben und kreativ zu sein, zeigt die in Kapitel 2.1.4 vorgestellte „Eh Bee Family“. Zur Förderung der Medienkompetenz können Eltern zudem auf Hinweise pädagogische Ratgeber, Informationen der USK und weiterer Informationsstellen, wie beispielsweise die der „ComputerSpielSchule“ in Stuttgart zurückgreifen.

3.2.4 Perspektive Schule

Von Informationsmaterialien und der Unterstützung der Ratgeber sowie die der Fachberatungsstellen können auch pädagogische Fachkräfte in Schulen profitieren. Denn Fortnite ist durch die spielenden SchülerInnen dort sehr präsent. Gespielt wird das Spiel meist mit FreundInnen aus derselben Klasse. Diese treffen sich nach der Schule zum gemeinsamen Fortnite spielen (Interview 1: Z. 80-82 u. 212-215). Laut dem Experten Dejan Simonović kann es durchaus vorkommen, dass in Klassen nahezu alle Jungs Fortnite spielen (Interview 1: Z. 138-143). Dies erhöht den beschriebenen Druck auf einzelne, wenn sie kein oder weniger Fortnite spielen dürfen (Interview 1: Z. 172-175). Ebenfalls erhöht wirken kann der Gruppendruck, der ausgeübt wird, wenn einzelne in der Klasse als „No Skins“ beschimpft werden (Interview 1: Z. 49-58). Fortnite ist aber auch über diese problematischen Einflüsse hinaus bedeutendes Thema auf den Schulhöfen (Interview 2: Z. 15-16). Hier ist eine Verbindung der digitalen zur analogen Welt durch Spielelemente wie die Tänze aus dem Spiel entstanden. Dies hat aus Sicht von Arne Zaefferer mit dazu beigetragen, dass der Hype rund um Fortnite immer weitergewachsen ist (Interview 2: Z. 79-82). LehrerInnen und SchulsozialarbeiterInnen haben laut dem Leiter der „ComputerSpielSchule“ die Chance, die große Motivation der SchülerInnen bezüglich Fortnite für sich zu nutzen.

Er gibt zu bedenken, dass keine Fortschritte erreicht werden, wenn so getan wird, als existierte Fortnite nicht und das Thema totgeschwiegen wird. Akzeptieren die Fachkräfte, dass das Spiel bedeutender Bestandteil der Lebenswelt der Jugendlichen ist, können daraus sinnvolle Projekte entstehen. Als Beispiel nennt Dejan Simonović die Möglichkeit das Geschäftsmodell in Fortnite zum Thema einer Hausarbeit zu machen. Die SchülerInnen setzen sich in solchen Projekten aus einer neuen Perspektive mit Fortnite auseinander. Werden die Ergebnisse anschließend vor der Klasse und den LehrerInnen präsentiert, schafft dies weitere Anregung für kritisch-reflexive Gedanken rund um das Spiel. SchülerInnen werden somit ermutigt sich tiefergehend mit Fortnite auseinanderzusetzen. Darüber hinaus bekommen sie signalisiert, dass Themen aus ihrer Lebenswelt relevant sind und akzeptiert werden. Was in diesem Zusammenhang von Seiten der Jugendlichen meist nicht gewünscht ist, ist wenn Fachkräfte sich als vermeintliche ExpertInnen ausgeben, nur weil sie ein oder zwei Begriffe aus dem Spiel kennen und diese ggf. falsch einsetzen. Jugendliche sind eher motiviert, wenn sie selbst die Möglichkeit bekommen von ihrem Hobby zu berichten (Interview 1: Z. 371-394).

Die hier dargestellte Sichtweise des Experten stimmt mit den in der Theorie erarbeiteten Erkenntnissen u.a. hinsichtlich zahlreicher Anknüpfungspunkte für Unterrichtsmethoden und Projekte zur Förderung der Medienkompetenz überein (Kapitel 2.4.5). Die Auseinandersetzung mit Medien wie Fortnite in Form von Projekten wird auch in der Theorie als Schlüsselweg zur Förderung der Medienkompetenz durch selbstorganisierte Lernprozesse gesehen. Formelle Bildungsbereiche wie die Schule können die Chance ergreifen sich freisetzende intrinsische Motivation in Verbindung mit alltäglichen Lebensbezügen und Selbstsozialisationsprozessen zu kombinieren (Kapitel 2.2.2). Das vom Leiter der „ComputerSpielSchule“ vorgeschlagene Projektbeispiel rund um das Geschäftsmodell von Fortnite kann dazu beitragen, die in der Theorie der Medienkompetenz beschriebenen Bereiche zu fördern. Auszugsweise genannt werden kann der Bereich, der sich mit dem Durchschauen von Wesen und Funktionen von Medien beschäftigt. Ebenfalls kann der Bereich des eigenen Medienumgangs, der durch die Auseinandersetzung mit Fortnite Fähigkeiten zur Reflektion anregt und zu einer bewussteren Wahrnehmung des eigenen Medienumgangs beitragen kann, aufgeführt werden (Kapitel 2.2.2). Durch die aktive Projektarbeit der Jugendlichen besteht auch die Chance, dass die Medienaneignungsdimensionen einen Prozess mit Veränderungen durchlaufen. Eine vorher vielleicht nicht dagewesene Wahrnehmung kann zu einer sich verändernden Bewertung von Fortnite führen. Unter Umständen werden neue Erfahrungen gesammelt, verarbeitet und beeinflussen

zukünftiges Nutzungsverhalten (Kapitel 2.2.3). Dies beinhaltet zudem Teile der in Kapitel 2.3.1 dargestellten grundlegenden Handlungskonzepte, die den Medienaneignungsprozess in Bezug auf die Auswahl, Wahrnehmung, Nutzung, Bewertung und Verarbeitung von Medienangeboten beschreiben. Das Projektbeispiel kann in der medienpädagogischen Theorie der digitalen Spiele dem Fokus der Medienkritik zugeordnet werden. Dabei stehen die Reflektion und Analyse von Spielen und die Bildung einer kritisch-reflexiven Distanz im Mittelpunkt. Die Materie der digitalen Spiele bringt zudem eine Herausforderung in der Medienerziehung für LehrerInnen und pädagogische Fachkräfte wie SchulsozialarbeiterInnen mit sich. Oftmals kennen sich die Jugendlichen besser mit Spielen wie Fortnite aus als die Erwachsenen. Abhilfe schaffen die eingangs und in Kapitel 2.4.5 erwähnten Informationsmaterialien und Konzepte, die sich u.a. mit der Vermittlung von Basiswissen über Computerspiele für interessierte pädagogische Fachkräfte beschäftigen. Diese sind in der medienpädagogischen Fachliteratur hinsichtlich einer Computerspiel-Pädagogik der Medienkunde zuzuordnen (Kapitel 2.4.6). Praktisch Beispiel hierfür sind Workshops der „Computer-SpielSchule“ Stuttgart. In Schulveranstaltungen oder Themenabenden wird Wissen rund um Spiele wie Fortnite vermittelt. Zum Teil werden die Events gemeinsam für SchülerInnen, Eltern und pädagogische Fachkräfte ausgerichtet. In Vorträgen werden beispielsweise Ängste und Sorgen genommen, die sich wie bereits erwähnt oftmals auf Sucht, Spielzeiten, Schulleistungen oder Gewalt bzw. Altersfreigaben beziehen. Darüber hinaus sind Diskussionsrunden und die Möglichkeit selbst Spiele auszuprobieren wichtige Bestandteile der Workshops (Interview 1: Z. 232-252). Diese Form dient u.a. der Qualifizierung der LehrerInnen, die im Lernraum Schule, wie in Kapitel 2.4.5 beschrieben, zur Umsetzung von Projekten und Unterrichtseinheiten auf Weiterbildungen, geeignete Lehrpläne, technische Ausstattung, schulinterne Konzepte und auf entsprechendes Lehrmaterial angewiesen sind. Bei entsprechender Verfügbarkeit steigt für SchulsozialarbeiterInnen und LehrerInnen die Chance den hohen Anforderungen an ihre Medienkompetenzen im Bildungsauftrag gerecht zu werden. Der Experte der „ComputerSpielSchule“ formuliert dazu, dass von den LehrerInnen nicht erwartet werden kann, dass sie in der Spielewelt immer auf Augenhöhe mit ihren SchülerInnen diskutieren können (Interview 1: Z. 394-404). Die LehrerInnen und andere MitschülerInnen können aber zum Beispiel vom ExpertInnenwissen der Fortnite-SpielerInnen an der Schule profitieren, wenn Projekttag und Unterrichtseinheiten das Thema oder einzelne Aspekte die Fortnite betreffen aufgreifen. Konkrete Gestaltungsmöglichkeiten bieten zum Beispiel Broschüren des Portals „digitale-spielewelten.de“, in denen u.a. innovative Games-Konzepte für Schule und Jugendbildung vorgestellt werden. Hier erfahren LehrerInnen beispielsweise wie Unterrichtsstunden

rund um Themen wie exzessives Spielen oder Gewalt in Spielen gestaltet werden können (medien+bildung.com gGmbH 2019). Die große Motivation für Fortnite und der Bezug zur Lebenswelt bieten sich an diesem Punkt wie beschrieben an, um mit Jugendlichen ins Gespräch über Einflüsse, Hintergründe, Chancen und Risiken von Fortnite und weiteren Medien zu kommen. Als hierfür noch geeigneter sieht Arne Zaefferer vom Jugendring Düsseldorf die außerschulische Bildung, beispielsweise in Jugendfreizeiteinrichtungen an (Interview 2: Z. 251-260).

3.2.5 Perspektive Soziale Arbeit

Aufgrund der Aussage des Experten des Jugendrings Düsseldorf, dass sich beispielsweise Jugendfreizeiteinrichtungen besonders für medienpädagogisches Arbeiten eignen, orientiert sich die nachfolgende Analyse der Perspektive Soziale Arbeit stellvertretend für die vielfältig mit jugendlichen KlientInnen arbeitenden Bereiche an diesem Beispiel. Die Relevanz für die Soziale Arbeit begründet sich u.a. in den zahlreichen Anlässen, die das Spiel Fortnite für medienpädagogisches Arbeiten in den Einrichtungen bietet. Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl an Jugendlichen, die einen Bezug zu Fortnite haben und beispielsweise BesucherInnen von Jugendzentren sind. Als konkretes Beispiel nennt Arne Zaefferer zwei Jugendliche, die während ihres Aufenthaltes Fortnite auf dem Smartphone spielen. Dies kann als Anlass genutzt werden, um mit ihnen ins Gespräch über das Spiel zu kommen. In dieser Unterhaltung können die Jugendlichen berichten, warum sie gerne Fortnite spielen und die SozialarbeiterInnen haben die Möglichkeit Themen wie beispielsweise Risiken, Kosten, Privatsphäre oder den Einfluss von „StreamerInnen“ anzusprechen (Interview 2: Z. 251-275). Diese Gespräche sind ein verfügbares und einfach umsetzbares Mittel, um das dem Bildungsbereich zuordenbare Ziel Medienkompetenz zu vermitteln zu erreichen. Es trägt zudem dazu bei, dass sich die Jugendlichen auf die zunehmend digitalisierte Gesellschaft vorbereiten können und sich einen chancenbehafteten Umgang mit Medien aneignen. Das Thema Games und Fortnite hat diesbezüglich den Vorteil, dass die Zielgruppe der Jugendlichen eine hohe Eigenmotivation mit sich bringt. Der Experte Arne Zaefferer gibt in diesem Kontext zu bedenken, dass digitale Spiele nur eines von vielen relevanten Jugendthemen ist und sich nicht jede pädagogische Fachkraft mit allen Themen im Detail auskennen kann (Interview 2: Z. 283-301). Trotzdem wird von professionellen Fachkräften, die junge Menschen aus teilweise schwierigen Lebensverhältnissen begleiten, häufig erwartet mit entsprechender Medienkompetenz ausgestattet zu sein (Kapitel 2.4.5). Der hohe Stellenwert von Fortnite bei Jugendlichen begründet jedoch aus Sicht des Experten des Jugendrings Düsseldorf die Notwendigkeit, sich als professionelle Fachkraft zumindest grob darüber

zu informieren, um die Faszination dahinter kennenzulernen und mit über das Spiel sprechen zu können. Dieses Wissen über Fortnite ist zudem wichtig, um entscheiden zu können, ob Fortnite in einer Einrichtung gespielt werden darf und wenn ja, ab welchem Alter. Wenn Fortnite nicht erlaubt ist, können Fachkräfte, die sich damit auseinandergesetzt haben, ihre Entscheidung entsprechend begründen (Interview 2: Z. 301-317). Eine ähnliche Meinung im Hinblick auf einen professionellen Umgang der Fachkräfte wie SozialarbeiterInnen vertritt der Leiter der „ComputerSpielSchule“ Stuttgart. Er empfiehlt ebenfalls sich mit Fortnite auseinanderzusetzen und das Spiel auch mal selbst zu spielen. Dies hilft den Fachkräften die Faszination besser zu verstehen, das Geschäftsmodell kennenzulernen sowie Spielzeiten und die Gewalt im Spiel einordnen zu können. Wenn sich SozialarbeiterInnen selbst ein Bild von Fortnite machen und die Tatsache nicht leugnen, dass es gespielt wird, haben sie die Chance es für sich im Umgang mit den Jugendlichen zu nutzen sowie mit der Elternseite bei Bedarf fachgerecht kommunizieren zu können (Interview 1: Z. 450-458). Verfügt eine Fachkraft über Hintergrundwissen zu Fortnite kann sie zudem mit Jugendlichen auf Augenhöhe diskutieren. Die Akzeptanz, stichhaltige Argumente einzubringen und das Gefühl ernstgenommen zu werden wird dabei von Jugendlichen wertgeschätzt (Interview 1: Z. 394-404).

Arne Zaefferer klärt im Interview auf, dass Fortnite nach seiner Einschätzung mittlerweile den meisten pädagogischen Fachkräften bekannt ist. Meist geht es in Fachkreisen in der Auseinandersetzung mit Fortnite mehr darum Wege zu finden sich das Spiel zu Nutze zu machen (Interview 2: Z. 386-393). Eine denkbare Methode, um mit Jugendlichen in eine Diskussion über Fortnite zu kommen, ist das Spiel im Jugendzentrum gemeinsam zu spielen. Die gemachten Erfahrungen bei der Mediennutzung können anschließend zur Bildung einer kritisch-reflexiven Distanz gemeinsam analysiert werden (Kapitel 2.4.6). Ziel einer (Anschluss-)Diskussion kann somit sein, eine Sensibilität für die Einflüsse von Fortnite zu schaffen. Als Beispiel nennt Dejan Simonović die Möglichkeit über das Geschäftsmodell und das Freischaltssystem mit „Battle Pass“ für die beliebten „Skins“ und Tänze aufzuklären (Interview 1: Z. 29-37). Sowohl das Aufklären als auch das Reflektieren sind grundlegende Handlungsbestandteile des Medienaneignungsprozesses und können durch die Methode aufgegriffen werden (Kapitel 2.3.1).

Eine weitere Methode, die Fortnite bieten könnte um Medienkompetenz zu vermitteln sind Gelände- und Bewegungsspiele, die Elemente aus dem Spiel aufgreifen und diese in ein analoges Setting übertragen. Hierfür eignet sich die außerschulische Bildung aus Sicht des Experten Arne Zaefferer besonders gut. Die Idee ein Geländespiel

im Fortnite-Stil zu gestalten wird von ihm an mehreren Stellen des Interviews aufgegriffen und entsprechend gewürdigt (Interview 2: Z. 318-321 u. 266-269). Beispiele und Anregungen wie digitale Spiele für ein „Outdoor-Erlebnis“ in der Arbeit mit Jugendlichen genutzt werden können finden sich u.a. in Informationsmaterialien für innovative Games-Konzepte für die Schule und Jugendbildung (medien+bildung.com gGmbH 2019: 18). Weitere Materialien, wie zum Beispiel die in Kooperation zwischen verschiedenen Institutionen entstandene Broschüre „Digitale Spiele in der Jugendarbeit – Beispiele aus dem Projekt Ethik und Games“ liefern zusätzliche Ideen. Teil des Projektes ist eine Methode, die das Game-Genre der sogenannten „Ego-Shooter“ in eine analoge Spielvariante überträgt. Wichtige Elemente sind dabei Gruppendynamik, Teamplay und Bewegung. Diese werden zum Anlass genommen, um über ethisch-moralische Aspekte in „Shooter-Spielen“ wie Gewaltinhalte und ihre Wirkung ins Gespräch zu kommen. Ebenso kann das Spiel als Anlass genommen werden um über Unterschiede zwischen digitaler und analoger Gewalt sowie über Alterskennzeichnungen von Spielen zu sprechen. Die in der Broschüre vorgestellte Methode kann in unterschiedliche Spielvarianten durchgeführt werden. Grundsätzlich werden Personen mit geschlossenen oder abgedeckten Augen als Spielfiguren eingesetzt. Diese werden von SpielerInnen mit verbalen Kommandos oder über Berührungen gesteuert. Als Munition dienen vorher platzierte Softbälle. Sobald eine Spielfigur dreimal getroffen wurde, scheidet das Team aus. Das Spiel ist vorbei, wenn nur noch ein Team übrig ist (TH Köln 2018: 30–31). Dieses Spielprinzip ist mit dem von Fortnite vergleichbar (Kapitel 2.1.1).

Auf der Messe „gamescom“ wurde den BesucherInnen des Fachtages „Games im Fokus der Jugendhilfe“, zu denen auch der interviewte Experte vom Jugendring Düsseldorf zählt, ein konkretes auf Fortnite ausgelegtes Geländespiel vorgestellt (Interview 2: Z. 467-479 u. 485-489). Das Kinder- und Jugendhaus Zahnrad aus Pulheim hat in Kooperation mit dem Verein Waldritter e.V. ein erlebnispädagogisches Konzept entwickelt, das sich Fortnite zum Vorbild genommen hat. Das analoge Fortnite-Spiel greift Elemente und Aktionen, wie das Sammeln von Gegenständen aus dem Spielprinzip der digitalen Originalvariante auf (Interview 2: Z. 471-473). Durch die Aktion soll eine Verbindung zwischen virtuellem Spielen und kreativer Umsetzung in einem realen, geschützten Rahmen hergestellt werden. Die innovative Methode soll dazu dienen, das Interesse der Jugendlichen an Fortnite aufzugreifen und den Trend nicht nur aufgrund kritischer Aspekte abzulehnen. Alle TeilnehmerInnen sind in der Ent-

wicklung und Durchführung des Spiels aktiv beteiligt. Abschließend findet eine gemeinsame Reflektion statt in der über das Projekt und über Aspekte des Vorbilds Fortnite: Battle Royale gesprochen wird (Spieleratgeber NRW 2018).

Wie in der Theorie beschrieben greift das transformierte Konzept Fortnite bezogene SpielerInnenerfahrungen auf und setzt den Fokus dabei auf eine kreative Nutzung. Zudem beinhaltet es gestaltungsorientierte Ansätze, die die Jugendlichen aktiv mit einbezieht, in dem zum Beispiel eine gemeinsame Entwicklung und Durchführung stattfindet. Die abschließende Reflektion unterstützt wiederum bei der Bildung einer kritisch-reflexiven Distanz (Kapitel 2.4.6). Dies kann u.a. zur Förderung von Bestandteilen der Medienkompetenz, wie beispielsweise dem reflektierten eigenen Umgang mit Fortnite beitragen (Kapitel 2.2.2). Je nach den individuellen Vorerfahrungen der TeilnehmerInnen kann das Konzept der Geländespiele auch zur immer wichtiger werdenden Aufklärung und Prävention im Vorfeld der eigentlichen Mediennutzung beisteuern (Kapitel 2.4.5). Es finden sich zudem Bestandteile des Medienaneignungsprozesses wieder wie die Aufklärung, das Reflektieren und das Handeln, in dem die Jugendlichen sich als aktiv Handelnde in Planung und Umsetzung des Geländespiels selbst ausdrücken können (Kapitel 2.3.1). Dies entspricht auch der in der Theorie vorgestellten Methode der reflexiven und aktiven Medienarbeit. Das Geländespiel greift beispielsweise das Prinzip des Handelnden Lernens auf, das wie in Kapitel 2.3.1 beschrieben an vorhandenem Medienhandeln anknüpft und den Jugendlichen eine praktische und kognitive Auseinandersetzung mit Medien und ihrer eigenen Umwelt bietet. Die zur aktiven Medienarbeit zählenden Prinzipien des Exemplarischen Lernens und der Gruppenarbeit werden ebenfalls in den analogen Umsetzungen digitaler Spiele aufgegriffen. Die Übertragung von exemplarischen Elementen aus Fortnite in andere Bereiche der Lebenswelt, hier von der digitalen in die analoge, bietet den Jugendlichen die Chance sich mit anderen über ihre Erfahrungen auszutauschen. Zudem haben SozialarbeiterInnen einen Anlass Vorgänge, wie beispielsweise die Kommunikation oder kommerzielle Interessen in Fortnite, zu thematisieren. Eine Auseinandersetzung mit diesen Umständen wird durch das Lernen in einer Gruppe zusätzlich befördert. Den Jugendlichen wird die Chance geboten in der Gruppe zu reflektieren, ihre Medien- sowie Sozialkompetenz durch Kommunikation in der Gruppe zu erweitern und die gemachten Erfahrungen auf spätere Lebenssituationen zu übertragen. Zur Umsetzung solcher (Gruppen-)Projekte bedarf es entsprechend motivierter Jugendlicher, räumlicher, finanzieller, zeitlicher Ressourcen und dem Engagement sowie der (Medien-)Kompetenz von SozialarbeiterInnen (Kapitel 2.3.1 u. 2.4.5). Das Interesse und die Bereitschaft sich aktiv zu beteiligen ist wie in den Einschätzungen

der interviewten Experten in Bezug auf Fortnite eher vorhanden, da es sich um ein Thema aus der Lebenswelt der Jugendlichen handelt (Interview 1: Z. 371-394). Dies ist wichtiges Vorzeichen für die Medienerziehung in der außerschulischen Praxis. Denn in Jugendfreizeiteinrichtungen können solche Projekte zwar häufig in einer flexibleren Rahmung stattfinden wie in der Schule, jedoch bedarf es zur Umsetzung eine entsprechend ausreichende, auf Freiwilligkeit basierende TeilnehmerInnenzahl (Süss 2018: 154–156). Wie im Beispiel des Fortnite-Geländespiels wird die sich freisetzende intrinsische Motivation und der Bezug zur alltäglichen Lebenswelt genutzt um Selbstsozialisationsprozesse anzustoßen. Eine Jugendarbeit anhand von Medienprojekten wird, wie im Theorieteil dieser Arbeit beschrieben, daher als Schlüsselweg zur Vermittlung von Medienkompetenz gesehen (Kapitel 2.2.2).

Der Leiter der „ComputerSpielSchule“ sieht, wie bereits beschrieben, die Möglichkeit Fortnite in das pädagogische Programm von Einrichtungen aufzunehmen (Interview 1: Z. 475-477). In der „ComputerSpielSchule“ selbst wird Fortnite jedoch nicht explizit zum Spielen angeboten, da es bereits sehr häufig von Jugendlichen zu Hause gespielt wird (Interview 1: Z. 8-15). Die dort aufgezeigten zahlreich bestehenden Alternativen zu Fortnite werden von den Jugendlichen gerne angenommen (Interview 1: Z. 458-466). Wenn sich eine Einrichtung entscheidet Fortnite in das eigene Programm aufzunehmen, empfiehlt der Experte so zu agieren, dass Aspekte mit eingebracht werden, die über das reine Konsumieren des Spiels hinausgehen. Die beschriebenen Diskussionen, Workshops oder der Einsatz kreativer Methoden wie die eines Fortnite-Geländespiels tragen beispielsweise dazu bei, dass nicht nur unreflektiert konsumiert wird, sondern Medienbildung stattfindet und Medienkompetenz vermittelt werden kann (Interview 1: Z. 475-511).

Zusammengefasst kann festgehalten werden, dass das für die Jugendlichen relevante Spiel Fortnite in der Sozialen Arbeit, wie am Beispiel von Jugendfreizeiteinrichtungen dargestellt, genutzt werden kann, um in der Auseinandersetzung mit dem Spiel mögliche Einflüsse aufzudecken und zur Förderung der Medienkompetenz und Persönlichkeitsentwicklung beizutragen.

4 Fazit

Das Spielen digitaler Spiele, insbesondere von Fortnite, ist fester Bestandteil der Lebenswelt und alltäglicher Freizeit vieler Jugendlicher. Fortnite hat es durch sein Spielprinzip, die regelmäßigen Neuerungen im Spiel und vor allem aufgrund der kostenlosen sowie plattformübergreifenden Verfügbarkeit geschafft zum Massenphänomen zu werden. Zudem ist Fortnite über die Grenzen des eigentlichen Spiels hinaus präsent. Die starke Gegenwart im Leben von Jugendlichen und in deren sozialer Umwelt wie in Freundeskreisen und auf Schulhöfen hat dazu geführt, dass das Spiel in den Fokus der Familien, Schulen und pädagogischen Einrichtungen der Sozialen Arbeit gerückt ist. Diese formalen und non-formalen AkteurInnen sind in ihrer Funktion generell gefordert junge Menschen bei der eigenständigen Bildung von Medienkompetenz in Selbstsozialisationsprozessen zu unterstützen. Für diesen lebenslangen Bildungsprozess und die Persönlichkeitsentwicklung ist es erforderlich die Jugendlichen als aktive, kritische und kompetente ExpertInnen ihrer Lebenswelt zu akzeptieren. Für eine förderliche, wechselseitige Mediensozialisation ist es demnach notwendig, Fortnite mit seiner Bedeutung für die Jugendlichen ernst zu nehmen. Idealerweise stehen in diesem Kontext nicht die unabdingbaren bewahrpädagogischen Schutzgedanken im Mittelpunkt, sondern die Befähigung der Jugendlichen sich in kritisch-reflektiver und gestalterisch-kreativer Weise mit Fortnite auseinanderzusetzen. Hierfür passende Methoden bietet die Handlungsorientierte Medienpädagogik, die für eine gelingende Medienerziehung an den individuellen Kompetenzen, dem Vorwissen und Alltagserfahrungen der Jugendlichen als handlungsfähige Subjekte anknüpft. Die Betrachtung möglichen Einflüsse von Fortnite auf Jugendliche erfolgt dabei über den Fokus von Gefahren und Risiken hinaus. Diese sind wie die Prozesse in der Mediensozialisation, Medienkompetenz(-förderung) und Medienaneignung durch Faktoren beeinflusst, die je nach Individuum und sozialem Umfeld variieren. Was das Massenphänomen Fortnite vereint ist das bei ein Computerspiel in dieser Form zuvor nie dagewesene Interesse der Jugendlichen. Die in dieser Arbeit durchgeführte Analyse, die das Ziel verfolgt hat, medienpädagogische Einflüsse von Fortnite sichtbar zu machen, knüpft an diesem Interesse der SpielerInnen an. Untersucht wurde dafür deren Perspektive, die der Freundeskreise, der Familien, Schulen und stellvertretend für die Soziale Arbeit die Perspektive von Jugendfreizeiteinrichtungen. Aufgezeigt wurden zudem Besonderheiten und Wege wie die Bedeutung und Einflüsse von Fortnite genutzt werden können, um Jugendliche zu befähigen ihren Medienumgang chancenbehaftet und risikoarm zu gestalten. Dafür war die Verknüpfung der für die Analyse

als Basis dienenden Theorie mit der empirischen Forschung, die in Form von ExpertInneninterviews durchgeführt wurde, notwendig. Zu den wichtigsten Erkenntnissen, die die Analyse im Hinblick auf die jugendlichen SpielerInnen hervorgebracht hat zählt, dass Fortnite durch seine kostenlose und plattformübergreifende Verfügbarkeit eine niedrige Schwelle im medienpädagogischen Auswahlprozess für Jugendliche schafft. Die Heranwachsenden haben die Möglichkeit Fortnite u.a. zur Unterhaltung, als Kommunikationsmittel und für den Ausdruck von Kreativität zu nutzen. Dafür greift die Spielmechanik die Faszination der Jugendlichen anhand von Einwirkungs- und Gestaltungsmöglichkeiten auf. SpielerInnen können sich mit geringem Aufwand in Fortnite zurechtfinden. Ihnen wird durch immer wieder wechselnde Inhalte, der dem Trend folgenden Baufunktion und der Möglichkeit eine individuelle Spielfigur mit Hilfe von „Skins“ und Tänzen zu erschaffen eine Kombination aus Leichtigkeit und spielerischem Umfang geboten. Die für Kleinbeträge käuflich zu erwerbenden virtuellen Gegenstände können die Jugendlichen jedoch unter einen Konsum- und Konformitätsdruck setzen. Exklusive Gegenstände haben in Freundeskreis und Community den Stellenwert von Statussymbolen. Wer seine Spielfigur optisch nicht verändert, kann als „No Skin“ beschimpft werden und verstärkt als Opfer ins Visier geraten. Derartige Ausgrenzungsgedanken erhöhen den Druck auf Jugendliche, die dadurch beispielsweise schwierige Verhaltens- und Umgangsweisen entwickeln können. Einen sowohl positiv als auch negativ empfindbaren Druck bringt das Battle-Royale Spielprinzip mit sich. Je nach individuellen Umständen kann der kontinuierliche Druck im Spiel, nicht getötet werden zu wollen, als spannend empfunden werden oder Stress auslösen und zu Beeinträchtigungen führen. Das Töten bzw. die comichaftige Gewaltdarstellung in Fortnite ist sowohl aus Sicht der ExpertInnen, der Altersempfehlung gegebenen USK und verschiedener pädagogischer Ratgeber als nicht jugend- und entwicklungsgefährdend einzustufen. Die Einschätzung, ab welchem Alter Fortnite geeignet ist, fällt mit einer Spanne von zwölf bis vierzehn Jahren jedoch unterschiedlich aus. Dieser Umstand begründet sich u.a. darin, dass Jugendliche als Individuen je nach sozialer und gesellschaftlicher Rahmung, Reize und Einflüsse unterschiedlich wahrnehmen, bewerten und verarbeiten. Jugendliche können nicht immer das Wesen und die Funktion wie beispielsweise das kommerzielle Interesse hinter Fortnite durchschauen. Dafür nutzt ein Teil der Heranwachsenden das Spiel für den Selbstaussdruck über eigene Medienprodukte. Sie produzieren u.a. Fortnite-Videos und werden somit von reinen KonsumentInnen zu ProsumentInnen. Dadurch entsteht einen Austausch mit der Community und FreundInnen. Wie wichtig dieser Austausch und die Kommunikation insbesondere innerhalb der Freundeskreise und zwischen Gleichaltrigen in Bezug auf Fortnite ist, hat die dazu passende Analyse der Perspektive aufgezeigt. Das Spiel

wird meist mit FreundInnen aus dem bestehenden Freundeskreis gespielt und dient als Treffpunkt nach der Schule. Circa die Hälfte der Spielzeit verbringen die Jugendlichen dabei nicht im eigentlichen Spiel direkt, sondern chatten und unterhalten sich auch über spielfremde Themen. Kontakte zu unbekanntem Personen sind eher selten. Gespielt wird meist mit FreundInnen in einem Team. Das Entwickeln gemeinsamer Strategien, der Interessensaustausch und getroffene Vereinbarungen erhöhen das Gemeinschaftsgefühl. Die Jugendlichen lernen sich zudem untereinander zu organisieren, fühlen sich verpflichtet Absprachen einzuhalten und durchlaufen durch neue Gruppenzugehörigkeiten den notwendigen Prozess der Persönlichkeitsentwicklung sich von ihren Eltern abzugrenzen. Die gemeinsame Spielzeit von Fortnite kann einen sozialen Druck und Konfliktpotential mit sich bringen. Sind Eltern einzelner SpielerInnen hinsichtlich einer maximalen Spieldauer oder genereller Erlaubnis von Fortnite strenger als andere, können die betroffenen Jugendlichen in ihrer Gruppe sozial außen vorgelassen werden. Die Untersuchung der Perspektive Familie hat in diesem Zusammenhang gezeigt, dass restriktive Maßnahmen von Eltern meist aus Sorge und Unwissenheit heraus erfolgen. Obwohl das Zuhause zentraler Ort ist, an dem die Jugendlichen Fortnite spielen, fehlt vielen Eltern das nötige Hintergrundwissen. Je nach individuellem Kenntnisstand der Erziehenden sorgen sich diese über Themen wie Gewaltdarstellung, maximale Spieldauer, Computerspielsucht oder abfallende Schulleistungen. Häufig bleiben die Ängste der Eltern unbegründet was Einzelfälle nicht ausschließt. Um sich selbst die Angst nehmen zu können wird Eltern empfohlen sich mit Fortnite auseinanderzusetzen. Sie sollten das Spiel auch einmal selbst ausprobieren, mit ihren Heranwachsenden darüber sprechen und einen authentischen, zur Familie passenden Weg finden, wie mit Fortnite umgegangen wird ohne dabei die Jugendlichen selbst zu übergehen. Berücksichtigen sie den individuellen Entwicklungsstand ihrer Schützlinge, ohne sie durch erzieherischer Maßnahmen ihrer Möglichkeiten zu berauben, eröffnet sich für die Jugendlichen dadurch das Potential Medienkompetenz durch Selbstbefähigung zu erlangen. Die Chance unterstützend einzuwirken ergibt sich für die Eltern aus dem Interesse der Jugendlichen an Fortnite. Medienkompetente Erziehende können mit den Jugendlichen über Absichten wie Werbung, kommerzieller Erfolg und das Sammeln von personenbezogener Daten sprechen. Die Medienerziehung führt im Idealfall u.a. dazu, dass Jugendliche selbst einem kritisch-reflexiven Umgang mit Fortnite entwickeln sowie Chancen und Risiken bewusst wahrnehmen können. Dieses Ziel wird auch von pädagogischen Einrichtungen verfolgt, die genau wie unsichere Eltern für einen medienkompetenten Umgang mit Computerspielen auf unterschiedliche Informationsmaterialien verschiedener Institutionen zurückgreifen können. Wie in der Analyse der Perspektive Schule und der

Sozialen Arbeit aufgeführt, bieten digitale Spiele wie Fortnite, die einen starken Bezug zur Lebenswelt der SchülerInnen haben, einen Anknüpfungspunkt zur Vermittlung von Medienkompetenz. Die Präsenz und Existenz von Fortnite auf Schulhöfen und im Alltag der Jugendlichen sollte von LehrerInnen und (Schul-)SozialarbeiterInnen nicht ignoriert werden. Vielmehr können sich die Fachkräfte die intrinsische Motivation der Jugendlichen in der Auseinandersetzung mit Fortnite zu Nutze machen. Ausgestattet mit entsprechenden Ressourcen und eigener Medienkompetenz sind Fachkräfte besonders in Projekten und medienpädagogischen Angeboten in der Lage, Fortnite mit jugendrelevanten Themen wie beispielsweise Gewalt, kommerzielles Interesse oder Kommunikationsaspekte, aufzugreifen. Die aktive und reflexive Medienarbeit in Gruppen bietet allen TeilnehmerInnen dabei die Möglichkeit, Einflüsse bzw. Chancen und Risiken im Umgang mit Fortnite durch gegenseitige Sozialisationsprozesse wahrzunehmen. In Schulen sind beispielsweise Projekte über das Geschäftsmodell von Fortnite denkbar. Dabei können die SchülerInnen lernen, Wesen und Funktionen hinter Medien zu durchschauen. Aus Sicht der Sozialen Arbeit können beispielsweise Jugendfreizeiteinrichtungen auch für oftmals Jugendliche aus schwierigen Lebensverhältnissen ungleiche Zugänge zu Räumen und Ressourcen ausgleichen und dadurch eine medienpädagogische Auseinandersetzung mit Fortnite zulassen. Dort sind flexible und niederschwellige Möglichkeiten geboten, um eine Förderung der Medienkompetenz an das vielseitig bestehende Interesse der Jugendlichen an Fortnite anzuschließen. Kreative und gemeinsam mit den Jugendlichen aktiv durchgeführte Projekte, wie beispielsweise analoge Fortnite-Geländespiele, greifen wichtige Prinzipien der Handlungsorientierten Medienpädagogik auf und eröffnen nicht nur Potentiale zur Bildung von Medienkompetenz, sondern tragen auch zur ressourcen- und lebensweltbezogenen Persönlichkeitsentwicklung bei.

Abschließend festzuhalten ist, dass keine auf alle Individuen generalisierbaren, medienpädagogischen Einflüsse von Fortnite durch die Analyse ausgemacht werden konnten. Dies deckt sich mit einer auf die Computerspielforschung beziehenden Erkenntnis, die keinen Nachweise für signifikante Zusammenhänge in der Wirkung von Computerspielen aufgrund individueller Lebensumstände sieht. Ein Einbezug weiterer zahlreich bestehender Literaturtitel, die die einzelnen Perspektiven aus medienpädagogischer Sicht detaillierter beleuchten sowie die Erweiterung der primärempirischen Forschung auf Jugendliche Fortnite-SpielerInnen würde die Möglichkeit eröffnen, potentielle Einflüsse von Fortnite auf das Leben Jugendlicher in einem im Umfang dieser Arbeit nicht abbildbaren Maße, eingehender zu untersuchen.

Anhangsverzeichnis

Anhang 1: Leitfaden – ExpertInneninterview	VIII
Anhang 2: Glossar ExpertInneninterviews	XIII
Anhang 3: ExpertInneninterview „ComputerSpielSchule“ Stuttgart	XV
Anhang 4: ExpertInneninterview Jugendring Düsseldorf	XXXIII

Anhang

Anhang 1: Leitfaden – ExpertInneninterview

Leitfaden – Seite 1

<p>Leitfaden – ExpertInneninterview, für die Bachelorthesis von Thomas Winkler mit dem Titel:</p> <p>„Fortnite“, Einfluss eines Spiels auf das Leben Jugendlicher – eine medienpädagogische Analyse</p> <p>Das Interview beginnt mit einer kurzen Eingangserklärung (Kontext, Verwendung etc.)</p>

Leitfaden – Seite 2

1. Themenblock: „Fortnite“, Allgemeine Einführungsfrage		
1. „Fortnite“, Allgemeine Einführungsfrage		
Check: Weiß ich etwas über eine mögliche Antwort? Wenn nötig Nachfragen! Aufrechterhaltungsfragen verwenden.		
ERZÄHLAUFFORDERUNG		
<i>Wie erleben Sie das Spiel „Fortnite“ als MedienpädagogIn?</i>		
Aufrechterhaltungsfragen	Notizen	Nachfragen Anmerkungen
Wie kann ich mir das genau vorstellen? Das ist interessant, können Sie noch mehr dazu sagen? Können Sie ein Beispiel nennen?		Erstmalig auf das Spiel aufmerksam geworden? Erfahrungen (Gute / Schlechte) Wo begegnet Ihnen das Spiel in Ihrer Arbeit?

Leitfaden – Seite 3

2. Themenblock: „Fortnite“, Perspektive der Jugendlichen		
2. „Fortnite“, Perspektive der Jugendlichen		
ERZÄHLAUFFORDERUNG <i>Wie gehen Jugendliche mit dem Spiel um? Was fasziniert die Jugendlichen an „Fortnite“?</i>		
Aufrechterhaltungsfragen	Notizen	Nachfragen Anmerkungen
<p>Wie kann ich mir das genau vorstellen?</p> <p>Das ist interessant, können Sie noch mehr dazu sagen?</p> <p>Können Sie ein Beispiel nennen?</p>		<p>Positive / Negative Erfahrungen</p> <p>Beliebtstes Spiel bei Jugendlichen</p> <p>Weltweiter Erfolg</p> <p>PC / Konsole / Handy</p>

Leitfaden – Seite 4

3. Themenblock: „Fortnite“, Perspektive der Eltern		
3. „Fortnite“, Perspektive der Eltern		
ERZÄHLAUFFORDERUNG <i>Welche (unbegründeten / begründeten) Ängste löst das Spiel bei Eltern aus?</i>		
Aufrechterhaltungsfragen	Notizen	Nachfragen Anmerkungen
<p>Wie kann ich mir das genau vorstellen?</p> <p>Das ist interessant, können Sie noch mehr dazu sagen?</p> <p>Können Sie ein Beispiel nennen?</p>		<p>Ängste der Eltern</p> <p>Gesundheit (Geist / Körper / Seele)</p> <p>Gewalt</p> <p>Risiken</p> <p>Kostenfallen</p> <p>Cybermobbing/-grooming</p> <p>Beziehungsstruktur</p> <p>Medienkompetenz</p> <p>Kontrolle / Zeiten</p> <p>Rollenveränderung</p> <p>Vorbilder</p>

Leitfaden – Seite 5

4. Themenblock: „Fortnite“, Perspektive Freundeskreis		
4. „Fortnite“, Perspektive Freundeskreis		
ERZÄHLAUFFORDERUNG		
<i>Sind „Fortnite“ SpielerInnen, online und offline echte „Teampayer“?</i>		
Aufrechterhaltungsfragen	Notizen	Nachfragen Anmerkungen
<p>Wie kann ich mir das genau vorstellen?</p> <p>Das ist interessant, können Sie noch mehr dazu sagen?</p> <p>Können Sie ein Beispiel nennen?</p>		<p>Positive / Negative Erfahrungen</p> <p>Beziehungsstruktur</p> <p>Zusammenhalt / Vergemeinschaftung</p> <p>Gruppenzwang</p> <p>Virtuelle vs. Reale Welt</p> <p>Zeit / Raum</p>

Leitfaden – Seite 6

5. Themenblock: „Fortnite“, Perspektive der Schule		
5. „Fortnite“, Perspektive der Schule		
ERZÄHLAUFFORDERUNG		
<i>Wie kann eine Schule den Hype um das Game für sich nutzen?</i>		
Aufrechterhaltungsfragen	Notizen	Nachfragen Anmerkungen
<p>Wie kann ich mir das genau vorstellen?</p> <p>Das ist interessant, können Sie noch mehr dazu sagen?</p> <p>Können Sie ein Beispiel nennen?</p>		<p>Positive / Negative Erfahrungen</p> <p>Projekte / Unterricht</p> <p>Schulleistungen Schlafmangel Konzentration</p> <p>Gewalt</p> <p>LehrerInnen</p> <p>Zeit / Raum</p>

Leitfaden – Seite 7

6. Themenblock: „Fortnite“, Perspektive der Professionellen		
6. „Fortnite“, Professioneller Umgang		
ERZÄHLAUFFORDERUNG		
<i>Wie gestaltet sich Ihrer Meinung nach ein professioneller Umgang für pädagogische Fachkräfte, wie SozialarbeiterInnen mit jugendliche KlientInnen rund um das Spiel „Fortnite“?</i>		
Aufrechterhaltungsfragen	Notizen	Nachfragen Anmerkungen
<p>Wie kann ich mir das genau vorstellen?</p> <p>Das ist interessant, können Sie noch mehr dazu sagen?</p> <p>Können Sie ein Beispiel nennen?</p>		<p>Medienkompetenz</p> <p>Medienerziehung</p> <p>Einbindung in Arbeit</p> <p>Vorbild</p> <p>Lebenswelt Jugendlicher</p> <p>Alternativen bieten</p> <p>Prävention (Kampagnen)</p> <p>Computerspielsucht</p>

Leitfaden – Seite 8

7. Themenblock: „Fortnite“, zukünftige Entwicklung		
7. „Fortnite“, zukünftige Entwicklung		
ERZÄHLAUFFORDERUNG		
<i>Hat das Spiel seinen Höhepunkt schon überschritten und was folgt nach „Fortnite“?</i>		
Aufrechterhaltungsfragen	Notizen	Nachfragen Anmerkungen
<p>Wie kann ich mir das genau vorstellen?</p> <p>Das ist interessant, können Sie noch mehr dazu sagen?</p> <p>Können Sie ein Beispiel nennen?</p>		<p>Freizeitgestaltung</p> <p>Altersgrenzen</p> <p>Game-Streaming</p> <p>VR-Brille</p> <p>Kritik</p>

Leitfaden – Seite 9

8. Themenblock: Abschlussfragen

Abschließende Faktenfrage (falls im Gespräch noch nicht geklärt)

- über die befragte Person

Letzte Frage:

Von meiner Seite aus wäre es das dann. Gibt es von Ihrer aus sonst noch Aspekte, die wichtig sind?

BEDANKEN!

Aufnahmegerät ausschalten

Anhang 2: Glossar ExpertInneninterviews

In diesem Glossar befinden sich Begriffe, die von den ExpertInnen in den nachfolgenden Interviews genannt wurden und es aus Sicht des Verfassers einer Kurzdefinition bedarf.

Begriff	Definition
Arena	Als Arenen werden in diesem Kontext die Kampfstätten in dem Spiel „Clash Royale“ bezeichnet. Mit steigender Trophäenzahl werden die Arenen nacheinander freigeschaltet (Wikia 2018).
Battle Pass (engl.)	Durch den „Battle Pass“ in Fortnite erhalten SpielerInnen exklusive Belohnungen (Epic Games Germany GmbH 2019g).
Casual-Game (engl.)	Diese Spiele kennzeichnet meist ein ansprechender Inhalt, einfache Steuerung, eine leicht zu erlernende Spielweise, schnelle Belohnungen und oftmals eine Unterstützung für kurze Spielsitzungen (Kuittinen u.a. 2007).
Craften (engl.)	Craften bezeichnet das Herstellen von Gegenständen aus gesammelten oder gekauften Rohstoffen innerhalb eines Spiels (bpb 2019a).
Emotes (engl.)	„Emotes“ sind rein kosmetische Gegenstände, wie zum Beispiel die Tänze in Fortnite. Sie verleihen den SpielerInnen keine spielmechanischen Vorteile (bpb 2019b)
E-Sport	„E-Sport ist das wettbewerbsmäßige Spielen von Computer- und Videospiele im Einzel- und Mehrspielermodus“ (Müller-Lietzkow 2006: 102).
gamescom	Die „gamescom“ ist eine Computer- und Videospielemesse in Köln, u.a. mit einem „Entertainment“ Bereich für PrivatbesucherInnen, einer „Business Area“ als Geschäftsplattform der Games-Branche und einem Kongress als Plattform für alle Diskussionen rund um die gesellschaftlichen Bedeutung von Computer- und Videospiele (game - Verband der deutschen Games-Branche e.V. 2019: 40).
Gamification	„Bezeichnung für den Trend, Spielelemente in Webseiten, Dienstleistungen, Communitys oder Kampagnen einzubinden, um so zum Mitmachen anzuregen und die Beteiligung zu erhöhen“ (bpb 2019c).
Google-Stadia	cloud-basierte Gaming-Plattform (Google Ireland Limited 2019).

Influencer (engl.)	Influencer sind Personen, die ihre mediale Präsenz und ihre Bekanntheit in sozialen Netzwerken nutzen, um u.a. werbliche Dienste anzubieten (Bundesverband Digitale Wirtschaft 2017: 3).
Looten (engl.)	Sammeln und erbeuten virtueller Gegenstände, bspw. von besiegten GegnerInnen (bpb 2019d).
Publisher (engl.)	Publisher sind (hier) Verleger von Computerspielen (Vertical Media GmbH 2019).
Season (engl.)	Regelmäßige Veränderung der Spielkarte (Map) und kosmetischer Gegenstände, hier in Bezug auf das Spiel Fortnite (Webedia Gaming GmbH 2019a).
Skills (engl.)	Spezielle Fähigkeiten und Fertigkeiten der SpielerInnen (bpb 2019f)
Skin (engl.)	„Grafische Modifikation, die Charakteren oder Gegenständen im Spiel ein neues Aussehen verleiht“ (Behr 2009: 20).
StreamerIn (engl.)	Person, die Erlebnisse über eine Echtzeit-Videoübertragung im Internet mit anderen teilen (Scheibe, Zimmer und Fietkiewicz 2017: 353)
Tier (engl.)	Sich verändernde Inhaltsebenen in Spielen mit jeweils unterschiedlich enthaltenen virtuellen Gegenständen (Webedia Gaming GmbH 2019b).
Twitch	Live-Streaming Dienst für Videospiele- und Eventübertragungen (bpb 2019g)

Anhang 3: ExpertInneninterview „ComputerSpielSchule“ Stuttgart

Interview-Nr.	1
Datum der Aufnahme	02.08.2019
Ort der Aufnahme	Stuttgart
Dauer der Aufnahme	40:24 Minuten
Datenerhebung	Leitfadeninterview
Befragte Person	Herr Dejan Simonović, Leitung „ComputerSpielSchule“ Stuttgart
Über die Institution / das Projekt	Die „ComputerSpielSchule“ in Stuttgart ist Teil des Stadtmedienzentrums. Geboten sind Information, Beratung sowie gemeinsames Spielen für Kinder, Jugendliche und Erwachsene. Die Angebote richten sich u.a. auch an LehrerInnen und PädagogInnen. Die BesucherInnen sollen in die Lage versetzt werden, eigene praktische Erfahrungen im Umgang mit pädagogisch geeigneten sowie populären Games zu sammeln. In zusätzlichen Workshops werden beispielsweise Themen wie Krieg und Gewalt in Spielen diskutiert. Ziel der „ComputerSpielSchule“ ist mit ihrem Angebot die Medienkompetenz zu fördern, Vorurteile abzubauen sowie die Eigenverantwortung bei der Nutzung von digitalen Spielen aufzuzeigen (Landesmedienzentrum Baden-Württemberg 2019).
InterviewerIn und TranskribentIn	Thomas Winkler
Transkriptionsregeln	Wort für Wort ohne Sprachglättung: Dialekt, Umgangssprache, fehlerhafter Satzbau und fehlerhafte Ausdrucksweise beibehalten. I: InterviewerIn B: BefragteR

Tabelle 7: Transkriptionsdaten Interview 1 (Fuß und Karbach 2014: 66)

1 I: Okay, also meine erste Frage ist mehr eine allgemeine Frage. Und zwar wie Sie
2 persönlich das Spiel Fortnite als Medienpädagoge erleben? Vielleicht auch gerade
3 mal speziell hier in der „ComputerSpielSchule“. #00:00:13-7#

4

5 B: Also wir haben Fortnite in dem Sinne ja so viel damit zu tun, indirekt in dem es halt
6 einfach ein großer Hype ist. Wo grad ja schon ab der Grundschule bis sag ich mal zu
7 zur mittleren Sekundarstufe, die Schüler einfach voll dabei sind und dass wirklich ein-
8 fach als Teil ihrer Hobby - Freizeit, also insbesondere eben die Jungs, empfinden. In
9 der „ComputerSpielSchule“ selbst haben wir es jetzt bewusst jetzt nicht mit aufge-
10 nommen, weil wir es das Gefühl haben, die spielen das jetzt eh die ganze Zeit Zu-
11 hause und hier sollen sie auch ein bisschen andere Spiele kennenlernen. War auch
12 kein großes Problem. Es ist jetzt nicht so, dass die Kinder deswegen jetzt ferngeblie-
13 ben sind. Im Gegenteil, die haben jetzt auch also andere Spiele, die sie auch gern
14 spielen, wie Minecraft oder viele verschiedene Konsolenspiele, wo sie einfach zusam-
15 men, gemeinsam spielen. Grundsätzlich habe ich jetzt auch nichts persönlich was
16 gegen Fortnite. Ich meine auch, dass was so das Offensichtliche womit Eltern oft
17 Probleme haben, find ich, ist nicht so das starke Problem. Also Eltern sehen immer
18 das Problem in dem Battle-Royal-Modus, wo sich eben die Kinder auf einer Insel be-
19 kämpfen, bekriegen, bis nur noch einer übrig bleibt. Das klingt erstmal nach einem
20 ganz brutalen Spielkonzept. Allerdings muss man das auch als Spielkonzept sehen
21 und nicht als die töten sich da jetzt irgendwie auf der Insel. Sondern es bleibt ein Spiel
22 und Fortnite, auch wenn jetzt die Altersfreigabe so ein bisschen umstritten ist, ich
23 mein es kam raus, war erst ab zwölf freigegeben, wobei da nur der Singleplayer-
24 Modus in dem Sinne gewertet wurde, dieser Weltmodus, den kein Mensch mehr in-
25 teressiert in dem Sinne, als es dann inzwischen für die Switch rauskam war es ab
26 sechzehn. Wenn man sich genauer damit beschäftigt merkt man, dass es internati-
27 onal so eine Art vierzehn Einstufung hat. Und insofern ist es jetzt nicht, sag ich mal
28 jugendgefährdend oder sonst was, in dem Sinne von der Gewaltdarstellung her.
29 Schwieriger bei dem Spiel ist das Geschäftsmodell was dahintersteckt. Also ja, Wirt-
30 schafter würden es als genial empfinden (lachen) oder bezeichnen grade aber
31 dadurch das Jugendliche bis hin zu Kindern irgendwie so die Zielgruppe sind, finde
32 ich es sehr sehr schwierig und das ist auch das worüber wir eigentlich auch am meis-
33 ten aufklären. Also wenn wir über Fortnite reden geht es uns zum einen darum, ja
34 grad bei den Schülern so ein bisschen, ja eine Sensibilität zu schaffen, was da ei-
35 gentlich, also wie das Spiel auch mechanisch funktioniert. Und damit meine ich jetzt
36 nicht die reine Shooter-Mechanik, sondern tatsächlich eher dieses Metaspiel also die-
37 ses ganze ja Freischaltssystem, das man am Anfang ja scheinbar kostenlos spielt und

38 dann plötzlich aber, ich mein ich hab es selber auch gemerkt als ich es dann auspro-
39 biert habe und paar Partien gespielt habe, habe ich auch schon mal gemerkt, ja ich
40 kann es nachvollziehen, dass man jetzt es jetzt gern den „Battle Pass“ kaufen würde,
41 weil es einem die ganze Zeit irgendwie so als Karotte vor der Nase gehalten wird. Ja
42 du spielst ja toll und gut, aber hättest du jetzt den „Battle Pass“, würdest du das und
43 das und das alles noch mehr bekommen und deswegen selbst aus **Erwachsenen-**
44 **sicht**, ist es irgendwie so diese Motivation nachvollziehbar. **Was den Eltern immer**
45 **schwerfällt ist diesen Wert von auch so „Skins“ und von ja so quasi nicht materiellen**
46 **(lachen) Gegenständen ja zu begreifen, der für Kinder genau so groß ist wie jetzt der**
47 **Wert von irgendwelchen Markenklamotten oder ähnliches, also damit kann man es**
48 **wohl am besten vergleichen. Was wir sag ich mal auch die Eltern, die jetzt selber nicht**
49 **spielen, in ihrer Generation auch gekannt haben. Dieses so ein bisschen der Grup-**
50 **pendruck auch in der Schule oder sonst was wo jetzt irgendwelche ja auch dort ir-**
51 **gendwelche neuen Trends oder so hast und sei es irgendwelche coolen Cappies oder**
52 **Baggy Pants oder was auch immer das kommt ja auch wieder auch aus den 90ern**
53 **sag ich mal (lachen) aber genau das ist halt für die Kids auch wenn es nur rein digital**
54 **ist genauso wichtig und motivierend ist. Ja auch ein kritischer Aspekt ist dieser in dem**
55 **Sinne der Zwang auch oder dieser Begriff „No-Skin“ ist mir dann auch irgendwann**
56 **untergekommen und allein, dass das so als Schimpfwort inzwischen quasi kursiert**
57 **und find ich schon sehr skurril, aber es ist natürlich irgendwo auch es passt zum Sys-**
58 **tem. Also natürlich kannst du das Spiel kostenlos spielen und du kannst auch gut sein**
59 **in dem Spiel, das hat ja keine direkten spielmechanischen Auswirkungen. Aber ja, ein**
60 **anderer Kollege auch hier mit aus dem Büro hat es eigentlich ganz gut auf den Punkt**
61 **gebracht. Wenn du dann quasi zum Opfer wirst, weil du halt jetzt nicht cool aussiehst,**
62 **sondern als erstes quasi gejagt wirst und ähnliches, dann ist es doch wiederum spiel-**
63 **mechanisch eine Auswirkung, die zwar sich nicht in reinen Werten äußern lässt aber**
64 **halt in der im Endeffekt psychologischen (lachen) und sozialen Struktur der Partie.**
65 **Insofern ist da schon ein gewisser Zwang dann auch sich zumindest ab und an mal**
66 **einen coolen „Skin“ zu holen und das machen ja auch viele Kids. Ich mein das Spiel**
67 **wäre nicht kommerziell so unglaublich erfolgreich, wenn da nicht auch Leute Geld**
68 **dafür ausgeben.** Genau, jetzt bin ich aber schon ein bisschen abgedriftet. #00:05:06-
69 3#

70

71 I: Gar kein Problem. Aber die Fragen sind soweit ganz gut beantwortet. Dann mach
72 ich gleich mal weiter mit der zweiten Frage. Und zwar, wie Jugendliche denn mit dem
73 Spiel umgehen, also was ist denn die Faszination an Fortnite? Was macht das Phä-
74 nomen aus? #00:05:22-8#

75

76 B: Also es ist auf jeden Fall ein sehr soziales Phänomen. Das ist das, was auch viel-
77 leicht nicht Eltern nicht immer klar ist. Dass es nicht so ist, dass die irgendwie allein
78 die ganze Zeit vor dem Rechner oder vor der Konsole sitzen und dann vor sich hin-
79 spielen. Sondern dass sie sich mit den Freunden wieder treffen und in dem Fall sind
80 es auch nicht irgendwelche anonymen Freunde weltweit. Sondern grad bei Schülern
81 oder jüngeren Schülern sind es meistens einfach die Klassenkameraden die man halt
82 nachmittags dann eben in Fortnite wieder trifft. Und auch von der reinen Spielzeit her
83 verbringt man ja bis hin zur Hälfte der Zeit eigentlich nicht im Spiel sondern eher in
84 der Lobby und chattet, unterhält sich, also es ist eigentlich dieses miteinander abhän-
85 gen. Das findet jetzt halt nicht irgendwie auf dem Spielplatz oder aufm Parkplatz vom
86 Supermarkt oder so statt, sondern es findet halt in dem Fall jetzt, es heißt ja nicht,
87 dass es sich ausschließt, aber ein Teil davon findet halt jetzt einfach in Fortnite statt.
88 Das ist denkt ich mal ein ganz großer Faktor. Neben dem Spiel an sich, was sag ich
89 mal leicht zu erlernen ist, also wo man ganz leicht einsteigen kann. Dadurch, dass
90 man auch ständig irgendwie Belohnungen kriegt, also es ist jetzt kein Super-Hard-
91 core-Spiel, wo ich mir alles hart erarbeiten muss, sondern ich werde mit Belohnungen
92 sag ich mal zugeschüttet. Kann aber trotzdem auch, wenn ich besonders viel und
93 besonders gut spiel, also besonders viel auch (lachen) die Betonung liegt auf beson-
94 ders viel. Wird es halt deutlich auch mehr, man kriegt dann auch quasi vom Spiel oder
95 von der Spielmechanik aus die Wertschätzung und sei es jetzt mit irgendwelchen
96 neuen Dancemoves oder ähnliches, die man freischaltet. Und das motiviert, also das
97 sind eigentlich ganz klassische „Gamification Momente“, also dass was man halt un-
98 ter „Gamification“ meistens versteht. Das man halt eben Sachen freischaltet, neue
99 „Skins“ bekommt, der Charakter hoch gelevelt wird usw. Ich glaube, das ist diese
100 Kombination zwischen einerseits dieser Leichtigkeit, aber andererseits trotzdem ei-
101 nem gewissen spielerischen Umfang. Auch wenn es jetzt in der Regel diese eine Insel
102 ist, die aber durch die verschiedenen „Season“ immer wieder variiert und neue As-
103 pekte kriegt. Das heißt, es gibt dann doch immer wieder genug Neues was man ken-
104 nenlernen kann und vor allem halt die Möglichkeit immer wieder neue Sachen freizu-
105 schalten. Und ja wenn es jetzt vielleicht auch keine Auswirkung auf die Spielmechanik
106 hat, sind diese „Skins“, die dann halt auch bis hin zu irgendwelchen crossmedialen
107 Überschneidungen mit irgendwelchen anderen Medienwelten. Es gab ja jetzt mal mit
108 einen neuen Marvel Film, gabs eine ganz große Kooperation oder bis hin zu der tau-
109 send Euro „Samsung-Skin“, die man halt nur kriegt, wenn man so ein Samsung Ga-
110 laxy hat. Und das ist natürlich auch dann interessant auch Seltenheiten, Raritäten,
111 wenn das einer hatte, ist man besonders cool. Ein Kollege hatte jetzt auch durch Zufall

112 eben völlig unabhängig von Fortnite ein Samsung-Gerät und hat halt dieses „Skin“.
113 Jetzt ist er natürlich der Hit, wenn er bei Schüler-Workshops dann seinen „Skin“ zeigt
114 und alle dann boah geil du hast ja den „Skin“ und usw. Und ja, das ist einfach diese
115 Welt drum rum, bis hin zu dem Punkt, dass dann auch besondere Events noch ge-
116 staltet werden. Es gab ja dieses, wie hieß der Musiker mit dem Marshmallow-Kopf?
117 Da gab ja quasi dieses größte Onlinekonzert der Welt. Ich mein es passen dann zwar
118 nur immer einhundert Leute auf einen Server, aber es gab dann was weiß ich wie
119 viele Server parallel, wo dann dieses Konzert gespielt wurde und es wurde dann halt
120 quasi einfach einheitlich, statt zu spielen, gab's halt jetzt das Konzert. Und es glaub
121 ich 6 Millionen, oder nein 12 Millionen, ich weiß grad gar nicht, aber die Zahlen kann
122 man bestimmt recherchieren, wie viel Spieler da gleichzeitig online waren und sich
123 dieses Konzert quasi angehört haben von dem Künstler, der halt in Fortnite quasi
124 präsent war. Und natürlich gabs auch den „Skin“, der jetzt auch super selten ist, also
125 nicht selten aber zumindest super begehrt, weil jetzt so von wegen ok ich war jetzt
126 bei dem Konzert dabei und hab diesen „Skin“ freigeschalten. Also es ist sehr sehr
127 geschickt vermarktet und schafft halt einfach, ja es ist nicht nur das Spiel, sondern
128 wirklich auch das soziale Feld, was es dann schafft, dass ich mit meinen Freunden
129 zusammen da abhängen kann und einfach eine angenehme Zeit verbringen kann.
130 #00:09:23-3#

131

132 I: Spielt es dann ne Rolle, dass man das auch also auf mehreren Plattformen spielen
133 kann? #00:09:26-9#

134

135 B: Definitiv. Also, das ist, dadurch ja kann auch jeder der, selbst wenn er nur ein, was
136 heißt nur, nur ein Tablet oder das Tablet von den Eltern hat, wenn man jetzt keine
137 Spielkonsole speziell zuhause hat, kann man trotzdem mitspielen auf dem PC. Also
138 es spielt einfach keine Rolle. Dadurch kriegt man auch ganze Klassen quasi oder
139 zusammen. Also ich spreche insbesondere von der Jungs-Fraktion, weil es meistens
140 doch die Mädchen meistens nicht ganz so anspricht. Aber auch da will ich jetzt auch
141 nichts ausschließen, sondern es vermischt sich schon ein bisschen. Aber so außer
142 die üblichen Klassen, gab es schon Klassen, wo die ganze Jungs-Hälfte quasi alle
143 Fortnite gespielt haben. Und da ist es natürlich schön, dass für die, dass man da jetzt
144 extra eine, keine Ahnung Nintendo Konsole kaufen muss, um das jetzt spielen zu
145 können. Sondern egal was ich zuhause habe, ich kann es installieren, und sei es jetzt
146 und dann kostet es auch noch nichts. D.h. zumindest die Erstinstallation und das
147 macht natürlich den Zugang sehr sehr einfach. #00:10:21-2#

148

149 I: Ok. Vielen Dank. Dann würden wir uns mal die Perspektive der Eltern anschauen.
150 Und da habe ich jetzt die Frage, welche unbegründeten oder begründeten Ängste löst
151 das Spiel bei den Eltern aus?

152

153 B: Ja also im Endeffekt hatte ich das schon am Anfang ein bisschen angesprochen.
154 Die Eltern sorgen sich eigentlich am meisten, in erster Linie um zwei Dinge. Das eine
155 ist die Gewalt, also so von wegen die ballern sich da gegenseitig ab oder töten sich
156 gegenseitig und das ist ja quasi das Battle-Royal-Spielprinzip was dahintersteckt. Das
157 habe ich ja schon gemeint, find ich jetzt, ist nicht so das Hauptproblem und das Spiel
158 dadurch, dass es in der Gewaltdarstellung sehr sehr comichaft ist, also man merkt
159 schon natürlich haben die dort Waffen und schießen aufeinander aber die Charaktere
160 sterben dann nicht, sondern werden aufgelöst. Es ist auch ein Narrativ des Spiels,
161 dass es jetzt nicht so ein brutaler Einzelkampf ist bis irgendwie nur der Letzte übrig
162 bleibt alla Tribute von Panem, sondern das Narrativ ist, ok wir haben immer wieder
163 neue Partien und die quasi werden dann wieder wegteleportiert. Und man fängt dann
164 halt wieder in der Startarea an. Die kommen auch mit einem fliegenden Bus da an.
165 Also so es ist vom Narrativ her, nicht so dieses brutale, militaristische Setting was ja
166 das Ursprungsspiel „PUBG“, was ja diesen Battle-Royal-Modus etabliert hat, hatte ja
167 ein ganz anderes Narrativ was dahintersteckt. Und natürlich auch in der reinen Dar-
168 stellung her ist es krasser. Deswegen find ich diese Angst so ein bisschen unbegrün-
169 det. Wie gesagt, es ist trotzdem jetzt kein Spiel was irgendwie ab sechs Jahren oder
170 so empfohlen ist. Sondern mit der Empfehlung ab vierzehn. Da können Eltern natür-
171 lich trotzdem selber auch noch entscheiden, wenn jetzt ein Zwölfjähriger das spielt ist
172 es jetzt auch kein Problem. Ich kann es auch verstehen, in einer Grundschulklasse,
173 wo man dann den Druck hat, ist natürlich auch schwierig zu sagen, ja gut ich zieh
174 dich komplett aus der Clique raus und du bist jetzt der Einzige in der Klasse, der das
175 nicht spielt. Das sind dann die Probleme, die jetzt nicht so einfach zu lösen sind und
176 das sind dann auch die begründeten Probleme, die dahinterstecken. Und damit ver-
177 bunden auch ein zweites Problem, was die Eltern sehr sehen ist natürlich die Spiel-
178 zeit, die man damit verbringt. Und das ist wiederum natürlich dadurch, dass es, zum
179 einen der soziale Druck durch den Multiplayer-Titel da ist. Dass wenn sich da nach-
180 mittags quasi alle meine Freunde treffen und da erstmal zwei, drei Stunden irgendwie
181 abhängen. Und wenn mir dann gesagt wird, du darfst aber nur eine halbe Stunde
182 spielen, bin ich dann schon so ein bisschen sozial außen vor. Und das ist tatsächlich
183 ein begründetes Problem auch oder eine begründete Sorge auch der Eltern, dass die
184 einfach zu viel Zeit darin verbringen. Man kann sich da ziemlich verlieren aufgrund
185 der ganzen Mechanismen, die von denen wir es vorhin auch schon hatten. Genau

186 was oft halt nicht ganz so auf dem Schirm ist, ist eben dieser finanzielle Aspekt mit
187 dem ganzen Geschäftsmodell. Also die Eltern merken vielleicht, dass die Kinder dafür
188 Geld ausgeben oder dass sie sich halt irgendwelche, quasi Guthabekarten oder
189 sonst was wünschen, statt jetzt irgendwas Konkretes. Aber das haben sowohl die
190 Kinder als auch die Eltern nicht ganz so krass auf dem Schirm, außer es artet jetzt
191 wirklich aus. Dass dann mal irgendwie, keine Ahnung, mehrere hundert Euro da jetzt
192 versenkt werden und die Eltern merken das irgendwie. Also das sehe ich auch in der
193 Tat als Problem. #00:13:26-9#

194

195 I: Wenn die jetzt so viel Zeit auch in diesen Chatrooms verbringen, ist dann auch
196 Thema, sowas wie Cyber-Mobbing und Cyber-Grooming? #00:13:35-6#

197

198 B: Ja. Also Cyber-Mobbing kann natürlich schon, also wie gesagt dieses angespro-
199 chene „No-Skin“, sonst was also, dass man einfach, wenn man jetzt da nicht gut dabei
200 ist, dass man dann automatisch quasi ausgeschlossen wird. Ist natürlich dadurch ver-
201 stärkt, weil man sich ja da, auch wenn es jetzt quasi so der Raum ist, wo man ge-
202 meinsam abhängt, kann man sich ja da schon so ein bisschen ein Premium Platz
203 quasi sichern und erkaufen. Und dass diese Unterschiede machen ja durchaus quasi,
204 das ganz empfindlich für Cyber-Mobbing. Cyber-Grooming muss ich zugeben, weiß
205 ich bei Fortnite nicht genau. Das müsste man nochmal genauer recherchieren. Das
206 habe ich tatsächlich nicht genau im Kopf, wie kritisch das bei Fortnite ist. Allerdings
207 gibt es da, soviel ich weiß andere Kanäle, die da kritischer sind. Also es gibt, müsst
208 ich auch nochmal kurz schauen, wie die heißen, also es gibt so ein paar Plattformen,
209 wo es tatsächlich ein bisschen, das ist so eine Musik, also wie "musical.ly" so ähnlich
210 "lip" ne "tiktok", glaub ich. Genau. Also da ist es, glaube ich nochmal krasser, weil du
211 da auch mehr Mädchen, so junge Mädchen hast, die sich da unterhalten. Und da ist
212 es auch, sag ich mal sehr attraktiv. Auch bei Fortnite, klar kann es sein. Aber da ist
213 es tatsächlich, stimmt bei Fortnite also zumindest, das was ich jetzt so aus den Klas-
214 sen mitkriege, ist es schon eher so, dass man in der Clique spielt, in der man sich
215 auch kennt. Also es ist jetzt nicht so dieses, wo vor Eltern auch immer Angst haben,
216 du spielst jetzt mit irgendwelchen unbekanntem Leuten in der Welt. Klar so im Gesam-
217 ten ja, aber die mit denen ich mich dann wirklich quasi im Team-Chat unterhalte und
218 mit denen ich dann wie rumhänge, ist in der Regel eh die Clique mit der ich auch so
219 real, sag ich mal, zu tun hab. Und das ist auch das was man eben unterscheiden
220 muss, es ist ja nicht so, dass ich meine kompletten realen, oder nicht Online-Kontakte
221 quasi dann aufgebe. Im Gegenteil, ist ja so dass ich mit denen Leuten, mit denen ich
222 auch normal zu tun habe, dann auch online zusammenspiele. Insofern, bei Fortnite

223 sehe ich das jetzt, soweit ich es mitbekommen habe, nicht so als krasses Problem.
224 Da gibt es andere Plattformen, die und sozusagen Netzwerke, wo es kritischer ist.
225 Wo man dann vielleicht auch mehr aufpassen muss.
226
227 I: Ok. Tragen die Eltern ihre Gedanken, ihre Ängste auch mal hier in die „Computer-
228 SpielSchule“ mit her? Und sprechen sie es an wie, dass sie Angst haben, dass die
229 Kinder computerspielsüchtig sind oder dass sich irgendwie die Beziehungsstruktur zu
230 ihnen verändert hat? Und dass es auf einmal ganz andere Vorbilder gibt vielleicht?
231
232 B: Definitiv. Also ich mein, wir haben uns inzwischen tatsächlich und da bin ich auch
233 ein bisschen stolz drauf, so als Ansprechpartner irgendwie so ein bisschen etabliert
234 für solche Themen. Und „ComputerSpielSchule“ hat auch bei den Eltern, gerade auch
235 vor allem hier in der Umgebung einen ganz guten Ruf. Und natürlich fragen die uns
236 und es ging dann eher so, dass wir auch einen großen Themenabend veranstaltet
237 haben. Grade für Eltern hatten wir so 30-40 Teilnehmer, die dann eben an dem Abend
238 da waren. Und da war es uns auch wichtig, dass die selber auch Fortnite erstmal
239 ausprobieren können. Also es war dann die erste Stunde davor, gab es halt verschie-
240 dene Stationen, wo sie erstmal spielen konnten. Und am Ende dann auch nach dem
241 Vortrag, also es gab dazwischen eine Vortrag- und Diskussionsrunde mäßig und
242 dann am Ende nochmal eine Spiel-Session. Und es haben tatsächlich auch die meis-
243 ten genutzt. Also es ist dann jetzt nicht so, dass die dann, also die waren wirklich
244 interessiert. Es ist natürlich auch so, wieder dieses Schöne, dass die interessierten
245 Eltern kommen natürlich auch zu Veranstaltungen und die kommen auch zu uns. Ich
246 habe auch das Gefühl, dass wir denen tatsächlich ein bisschen weiterhelfen konnten.
247 In gewisser Weise ein paar Ängste nehmen, aber denen auch so ein bisschen zeigen
248 konnten, was tatsächlich irgendwo kritisch ist. Und auch bei Schulveranstaltungen,
249 da gab es auch, ja hatten wir bei einer Schule so einen Themenabend auch wo Nach-
250 mittag, wo dann Eltern und Schüler gemeinsam so in Workshops drinnen waren. Und
251 auch Familienworkshops machen wir auch, also jetzt nicht nur zum Thema Fortnite,
252 sondern generell auch zum Thema Games. Und da kommen genau diese typischen
253 Ängste, also Gewalt in Spielen, Spielzeiten bis hin zu Sucht. Also Sucht ist auch im-
254 mer so ein Begriff, der da sehr inflationär verwendet wird. Und da ist es mir auch
255 wichtig klarzustellen, was heißt eigentlich Computerspielsucht. Das wurde jetzt tat-
256 sächlich, letztes Jahr quasi in den internationalen WHO-Katalog aufgenommen. Im
257 Endeffekt sind es die klassischen Suchtkriterien, die es auch bei anderen Süchten
258 sag ich mal gibt. Die allerdings wiederum, wenn man nur die Kriterien quasi anschaut,
259 sehr schwer zu interpretieren sind, für jemanden der jetzt nicht Fach- also Arzt ist

260 oder auch quasi mit dem Thema Games nicht so genau auskennt. Weil irgendwie so
261 gedankliche Eingenommenheit und solche Sachen, würde jeder Elternteil sagen, ja
262 natürlich mein Kind redet nur noch von Fortnite und so. Im Endeffekt, ist meine nahe-
263 liegendste Argumentation immer zu sagen, wie sieht denn das sonstige Leben beim
264 Kind aus. Also man kann Sucht eigentlich nicht daran erkennen, wie der Umgang mit
265 Spielen ist, sondern wie der sonstige Umgang mit Freunden, mit Schule, mit Arbeit,
266 also es betrifft ja nicht nur Jugendliche, das Problem. Sondern wenn ich mein sonsti-
267 ges Leben komplett im Griff habe und ganz normal einen sozialen Umgang pflege.
268 Meine Schule, also es in der Schule ganz normal läuft. Ich andere Hobbies auch noch
269 hab, also sei es jetzt Sport oder irgendwie einfach andere Sachen auch mach, dann
270 ist es eigentlich alles ok. Und auch wenn die Spielzeiten, da gibt es auch keine ganz
271 klaren Regeln, die Fragen natürlich immer, wieviel Stunden am Tag ist den jetzt nor-
272 mal und sonst wie. Das ist eine Frage, die ist halt nicht ganz so leicht zu beantworten,
273 es gibt zwar irgendwie natürlich aufgrund dieser ganzen, gibt es irgendwelche Tabel-
274 len. Aber die machen meiner Meinung nach nur, sag ich mal im kindlichen Alter wirk-
275 lich Sinn. Also bei Kleinkindern und sonst was, dass ich da Mediennutzungszeiten so
276 ein bisschen, auch zeitlich klar definiere. Ab sag ich mal dem Jugendalter, also spä-
277 testens ab zwölf, kann man nicht sagen auf die zehn Minuten genau so und so viele
278 Minuten ist jetzt am Tag normal und so viel nicht. Sondern man muss es eigentlich
279 immer aushandeln mit den Kindern und schauen auch wie es in der Familie geregelt
280 wird. Da gibt es verschiedene Ansätze, je nachdem wie die Familie oder auch generell
281 der Erziehungsstil ist, die alle funktionieren. Und es muss halt authentisch und zur
282 Familie passen, wie es geregelt wird. Genau. #00:19:40-4#

283

284 I: Ok, vielen Dank. Dann nochmal auf den Freundeskreis zurückzukommen, wenn
285 man jetzt die Fortnite Spieler und Spielerinnen anschaut, sind das dann nur online
286 oder auch offline echte Teamplayer? #00:19:56-8#

287

288 B: Teamplayer ist jetzt echt eine gute Frage. Ich glaube, das kann man jetzt nicht
289 direkt aufeinander zurückschließen. Es gab tatsächlich einige Studien auch so zum
290 Thema, was man so aus Computerspielen lernen kann. Und es nicht immer zwingend,
291 dass man sagen kann, man kann das irgendwie eins-zu-eins transferieren, also ich
292 geh jetzt mal ganz weiter, was so diese Sachen mit Reaktionsgeschwindigkeit und
293 ähnliches. Das ist ja immer so eine der ersten Antworten, die immer kommt, ja was
294 kann ich aus Computerspielen lernen. Gerade bei Shootern und sowas, oh ja ich kann
295 irgendwie Reaktion und sowas. Trifft nicht immer zu in dem Sinne, weil es halt oft sehr
296 spezifisch erlernte Sachen sind, die halt nur auf das Spiel zutreffen. Genauso, wenn

297 ich in einem Shooter eine Waffe bedienen kann, heißt das noch lange nicht, dass ich
298 irgendwie in der Realität irgendwie ein Gewehr präzise bedienen kann. Das ist völliger
299 Blödsinn. Und in dem Sinne ist es auch bei diesen sozialen Skills, auch sag ich mal
300 relativ. Also, vor allem ist auch der Ton und das ist bei Online-Spielen oft so, auch
301 sehr sehr rau. Dadurch dass man jetzt nicht, man sieht zwar einem Avatar irgendwo
302 im besten Fall ins Gesicht, aber das ist ja nicht der eigentliche Spieler. Da ist die
303 Hemmschwelle auch mal irgendwie richtig beleidigend und ausfallend zu werden,
304 deutlich niedriger als wenn man jetzt real jemanden ins Gesicht sehen müsste. Also
305 sag ich mal, wenn man jetzt draußen Fußball spielt oder ähnliches. Klar auch da gibt
306 es Streitereien und Zank und wird gezankt aber so richtig ausfallende Beleidigungen
307 fallen in einem Online-Spiel schneller als jetzt sag ich mal von „Face-to-Face“. Und
308 das macht es schwieriger. Natürlich entsteht aber auch da so ein Gemeinschaftsge-
309 fühl, also es ist natürlich auch, wenn ich jetzt gemeinsam im Team-Modus, irgendwie
310 dann so ein Match gewinne oder sonst was. Ist es natürlich auch etwas Großes und
311 man hat es halt gemeinsam auch irgendwie geschafft. Und wenn man auch im Ideal-
312 fall auch durch gemeinsame Strategien, weil man sich da irgendwie gut zusammen-
313 gebaut hat und sich da irgendwie schön ja verteidigt hat usw. Also das kann schon
314 dazu beitragen, aber ich finde man kann es jetzt nicht eins-zu-eins übertragen. Nur
315 von wegen, nur weil er jetzt viel Fortnite spielt, ist er im realen Leben ein Teamplayer.
316 Es gibt ja auch unterschiedliche Spielertypen. Es gibt auch genügend Spieler, die da
317 allein vor sich Hinspielen und die dann, aber im Leben dann trotzdem irgendwie sozial
318 sind. Also es ist ja nicht so, dass ich jetzt sagen kann, nur weil ich jetzt, ich spiel jetzt
319 zum Beispiel auch überwiegend gerne Solo-Spiele. Also für mich ist es entspannend,
320 wenn ich mal jetzt abends nicht noch mit anderen Leuten abends interagieren muss.
321 Was denke ich bei vielen Erwachsenen, die halt irgendwie ein Arbeitsleben und sonst
322 was haben und entspann mich auf diese Weise. Aber das ist eine reine Typ-Sache.
323 Und das ist wie gesagt, nicht eins-zu-eins irgendwie übertragbar. #00:22:39-8#

324

325 I: Du hattest ja vorhin schon erwähnt, dass auch da viel im Kreis von der Schule, die
326 dann zusammenspielen. Dass das praktisch im Online-Spiel einfach fortgeführt wird.
327 Genau. #00:22:53-6#

328

329 B: Genau. Also es ist wie gesagt, nicht mehr zwingend so, dass es weltweit irgend-
330 welche komischen Leute sind, die da, was heißt komische Leute, dass es halt irgend-
331 welche fremden Leute sind, die dann durch das Spiel zusammenkommen. Sondern
332 in der Regel habe ich meine Freunde so schon und spiel halt mit denen gemeinsam
333 online. Klar spiel ich dann mit anderen, aber das sind eher die quasi Mitspieler, die

334 dann einfach nur als Gegner quasi dann auftauchen. Mit denen ich jetzt nicht so der-
335 maßen viel interagiere. Klar können auch Freundschaften entstehen, sonst wie, das
336 kann ja auch passieren. Aber da sind glaub so Online-Rollenspiele wie jetzt lange
337 "Word of Warcraft" und ähnliches waren, in der Hinsicht dadurch, dass man halt über
338 lange Zeit eine große Geschichte und quasi verschiedene Quests dann verfolgt. Ist
339 es bei solchen Spielen eher so, dass man sich dann auch mit fremden Leuten zusam-
340 menschießt und da eine Clique bildet und da dann auch so interagiert. Was ja grund-
341 sätzlich ja auch nichts Schlimmes oder Schlechtes ist. Im Gegenteil also viele Ju-
342 gendliche sagen ja auch, dass sie dadurch neben den ganzen Flüchen, lernt man ja
343 auch wirklich zu kommunizieren und muss sich dann auch in der Regel auf Englisch
344 dann unterhalten und dann irgendwie zurechtfinden. Und das ist auch eine wertvolle
345 Erfahrung für alle, dass ich mich mit quasi Leuten aus aller Welt dann verständige
346 und dort dann auch irgendwie Verabredungen treffe. Und wie gesagt, viel von der
347 Spielzeit ist in der Regel auch nicht, hat nichts mit dem Spiel zu tun. Sondern wird
348 halt einfach als Abhängen oder wie auch immer gesehen, wo man sich halt unterhält.

349 #00:24:15-8#

350

351 I: Trifft das mit dem Englisch sprechen auch auf Fortnite zu? #00:24:15-8#

352

353 B: Ja, nicht so krass wie bei den Online-Rollenspielen. Weil wie gesagt, es ist ja oft
354 die eigene Clique. Aber kann natürlich also insofern man kann das schon einsetzen.
355 Wie gesagt, Fortnite hat ja eher den Vorteil, dass es halt sehr niederschwellig ist. Also
356 es wird ja auch als Schwelle dann empfunden. Also wenn sag ich mal, wenn ich ein
357 richtiger Gamer bin, dann bin ich auch bereit, also richtiger Gamer gibt es ja halt, aber
358 wenn ich mich jetzt für Online-Rollenspiele oder wie auch immer interessiere, dann
359 bin ich bereit diese Hürde zu gehen und zu sagen, ich lass mich trotzdem drauf ein.
360 Und lern dann auch diese Sprache oder versuche mich dann auch zusammen und
361 Fortnite lebt halt davon, dass es halt sehr „casual“ am Anfang ist. Und ich am Anfang
362 auch mit sehr wenig Aufwand, sag ich mal, da gut reinkomme. Das ist dann vielleicht
363 auch das Problem was dann Erwachsene mit dem Spiel haben, dass es dann doch
364 irgendwie auf Dauer dann doch ein bisschen zu wenig Abwechslung, zu wenig Tiefe
365 dann bietet. Sondern man kann halt schnell eine Partie spielen. Für Kids reicht das
366 oft auch so als und ja genau. #00:25:17-0#

367

368 I: Ok, vielen Dank. Wenn man jetzt mal die Perspektive der Schule anschaut, wie
369 kann die Schule den Hype um das Game für sich nutzen? #00:25:23-6#

370

371 B: Also ich meine das Naheliegendste ist es zu akzeptieren, dass es gespielt wird.
372 Also es bringt nichts, wie auch ich persönlich bin kein Freund von Handy-Verbot und
373 ähnliches, ja sozusagen das Medium existiert einfach nicht. Wir reden nicht drüber.
374 Wir schweigen es tot. Das ist, dann hat man nichts erreicht. Sondern erstmal zu ak-
375 zeptieren, dass die Kinder es spielen. Man kann es tatsächlich auch als große Moti-
376 vation nehmen, dass man sagt, man greift deren Lebenswelt auch in der Schule auf.
377 Und dass die das auch mal in der Schule, im Sinne eines Projekts oder einer Haus-
378 arbeit oder irgendwie auch aufgreifen dürfen. Also zu sagen, ok wir behandeln jetzt
379 ein Thema und ja gerade, wenn man jetzt sagt Geschäftsmodell oder ähnliches. Dann
380 macht doch mal irgendwie ein Projekt oder eine Hausarbeit zum Thema, wie funktio-
381 niert das Geschäftsmodell in Fortnite. Plötzlich machen sich sowohl die Schüler mehr
382 Gedanken drüber als auch, dass man für die Klassen und für die Lehrer irgendwas
383 hat, dass die das halt präsentieren und den anderen zeigen. Die auch ermutigen sich
384 tiefergehender mit dem Thema zu beschäftigen. Das ist generell bei Spielen eben die
385 Chance zu sagen, das ist Teil der Lebenswelt oder nicht nur bei Spielen, jetzt auch
386 bei Filmen oder bei Serien oder ähnliches, fühlen sich die Kinder sehr viel mehr ernst-
387 genommen, wenn man sagt ok man nimmt jetzt was aus ihrer Lebenswelt und be-
388 schäftigt sich damit. Und lässt die auch, selbst wenn man als Lehrer jetzt dafür kein
389 Experte ist und selber sich nicht damit auskennt. Dann sollte man sich auch selber
390 nicht verstellen und so tun als wäre ich jetzt voll drin, nur weil ich jetzt vielleicht ein,
391 zwei Begriffe kenne und die vielleicht auch noch falsch einsetze. Das kommt bei Kin-
392 dern gar nicht gut an. Aber wenn ich sag, hey du spielst es doch viel und sonst was,
393 dann erzähl uns doch mal ein bisschen was darüber und bring das mit ein. Und das
394 machen sie unglaublich gerne. Also das ist generell bei uns auch bei den Computer-
395 spielworkshops, ist es so, dass die sich dadurch halt unglaublich ernst genommen
396 fühlen. Bei uns ist es schon so, dass wir uns da schon ganz gut auch in der Spielewelt
397 sag ich mal auskennen und dann merken sie auch, dass sie mit auf Augenhöhe mit
398 uns quasi diskutieren können oder wir sogar, sag ich mal, ein bisschen, (lachen) deut-
399 lich mehr Hintergrundwissen halt einfach noch mitbringen. Aber das wissen die halt
400 sehr zu schätzen und merken dann halt auch, dass sie nicht jetzt nicht mit irgendwel-
401 chen Sinnlosargumenten uns da durcheinanderbringen können. Sondern, dass sie da
402 auf Augenhöhe diskutieren können. Ich weiß das kann nicht jeder Lehrer so in dem
403 Sinne leisten. Aber in dem Sinne, dass man halt einfach akzeptiert, dass gespielt wird
404 und jetzt nicht versucht es irgendwie totzuschweigen. Und zu sagen, das ist nicht. Ich
405 bin auch überzeugt, ich mein natürlich das geht jetzt schon eine Weile mit Fortnite,
406 aber auch das wird wie "Pokémon-Go" oder so irgendwann vorbeigehen. Aber dann
407 wird halt ein anderes Spiel kommen oder irgendwas anderes was alle einnimmt. Bei

408 uns kann ich mich auch erinnern, da gab es dann die "Tamagotchis", die dann plötz-
409 lich für ein paar Monate jeder hatte und sonst was. Also es gibt in jeder Generation
410 irgendwelche Hypes und insofern als Schule kann man das aufgreifen und tatsächlich
411 zur Motivation nutzen. #00:28:09-0#

412

413 I: Gibt es da Bedenken von Lehrern oder Lehrerinnen, dass sie an die Schulleistun-
414 gen oder an zum Beispiel Schlafmangel denken von den Schülerinnen und Schülern?
415 #00:28:18-3#

416

417 B: Ja klar. Also im Endeffekt ist es die Gefahr, dass wenn es exzessiv wird und sie
418 dann wirklich viel spielen, dann kann es schon sein, dass natürlich die Schulleistun-
419 gen auch nachlassen. Das ist dann auch so, dass, wo man tatsächlich sowohl als
420 Elternteil wie auch als Lehrer so ein bisschen, sag ich mal, schauen muss aktiv zu
421 werden. Ich mein ganz krasse Fälle also wir haben ja vorhin gesagt, Computerspiel-
422 sucht ist jetzt eher selten, aber kann auch vorkommen. Es gab dann auch einen Fall,
423 wobei dann auch wieder interessant ist, wenn man den Hintergrund hört. Also bei
424 dem Jugendlichen war es so, dass sich die Eltern gerade getrennt haben. Der eine
425 Elternteil hat sich dann quasi so versucht so ein bisschen, quasi beim Kind einzu-
426 schleimen oder in Anführungszeichen, sag ich mal ganz böse, in dem es ihn halt die
427 ganze Zeit halt hat zocken lassen und ihm alles geschenkt hat zum Thema Fortnite
428 und sonst was. Während der andere Elternteil da jetzt halt irgendwie blöd dastand
429 und dann halt nicht wusste, was er machen soll. Weil es halt so extrem. Da bei dem
430 Jugendlichen, so wie ich es jetzt quasi mitbekommen habe, hatte ich auch den Ein-
431 druck, dass es dann auch wirklich gefährlich wurde. Also da können wir tatsächlich
432 von einem Risikofall sprechen, wo man dann auch an eine Suchtprävention weiter
433 vermittelt hat usw. Insofern, es kann tatsächlich mit anderen Konstellationen zusam-
434 men, kann das natürlich auch gefährlich werden für die Kinder. Dass auch dann die
435 Schulleistung nachlässt. Aber wie gesagt, es ist wie jeder Hype halt auch, man darf
436 es nicht überbewerten. Im Endeffekt, das kann sein, dass auch mal ein, zwei Wochen,
437 Monate, drei Monate oder so halt wirklich präsent ist und bei den Kindern auch da ist.
438 Aber ich glaube jeder Jugendliche hat irgendwie mal eine Phase, wo er sich dann mal
439 krass begeistert. Ja, solange das jetzt nicht irgendwas Dauerhaftes ist. Also auch bei
440 Computerspielsucht spricht man eigentlich erst von einem Jahr, wirklich von einer
441 Sucht. Wenn das über ein Jahr hinweg, verschiedene Symptome auftreten. Insofern,
442 wenn es jetzt Mal ein paar Wochen ist, ist es alles halb so wild, wenn sich das ein-
443 pendelt. #00:30:17-3#

444

445 I: Ok gut. Dankeschön. Dann eine Frage eher im professionellen Kontext, und zwar,
446 würde ich gerne wissen, wie gestaltet sich ihrer Meinung nach ein professioneller
447 Umgang für pädagogische Fachkräfte, wie zum Beispiel SozialarbeiterInnen mit ju-
448 gendlichen KlientInnen rund um das Spiel Fortnite? #00:30:35-0#

449

450 B: Gute Frage (lachen). Ich meine zum einen ist es wichtig, dass man sich mit dem
451 Spiel auseinandersetzt. Da kommt man nicht drum rum. Also es auch selber mal aus-
452 zuprobieren und mal selber zu schauen was ist eigentlich da die Faszination. Und
453 eben, ja die benannten Punkte eben auch selber mal zu erkennen, zu sehen. Sei es
454 jetzt, warum ist es halt von den Spielzeiten her so krass, dass es einen immer wieder
455 so reinzieht. Wie ist es mit dem Geschäftsmodell. Was hat es mit dem Gewalt-Thema
456 auf sich, weil das halt auch wieder von Elternsicht halt oder auch von Elternseite im-
457 mer wieder angesprochen wird. Also die Probleme einfach ernst nehmen und sich
458 dann einfach selber ein Bild davon machen. Im Endeffekt, wie gesagt auch das auf-
459 greifen und in dem Rahmen nicht leugnen, dass es dies gibt. Ich meine, bei uns zum
460 Beispiel, wir spielen zwar kein Fortnite, aber es ist jetzt auch nicht so, dass es verbo-
461 ten ist über Fortnite zu reden oder ähnliches. Sondern im Endeffekt wissen wir genau,
462 dass die Kinder das auch spielen. Aber denen halt auch trotzdem, genau das finde
463 ich halt ist dann unser Ansatz, zu zeigen, es gibt halt auch noch andere Spiele und
464 denen so ein bisschen die Bandbreite, einfach klar zu machen. Weil wie gesagt, spie-
465 len ist jetzt nichts Schlimmes und nichts Böses in dem Sinne. Es gibt auch einzelne
466 Spiele, wo man sich sehr tief in die Mechanik reinfuchsen kann. Aber Fortnite ist halt
467 eher so ein, das Problem, dass es so eine Art Pseudo-Tiefe hat. Also dadurch, dass
468 es diese ganzen aufgesetzten „Gamification-Elemente“ und sonst was hat. Es ist jetzt
469 nicht so tief wie jetzt ein "Eve-Online", das ist so eine Weltraum-Simulation, wo man
470 auch, wo ich mich auch, ja mal ein bisschen eingelesen habe. Ich habe es selber nie
471 gespielt, aber ich weiß, dass Leute da über Jahrzehnte quasi da spielen und die spie-
472 len dann auch nur das eine Spiel. Aber das ist dann halt irgendwie mit einer anderen
473 Tiefe als jetzt vielleicht Fortnite was jetzt ein „Casual-Game“ ist. Aber einen halt, eher
474 durch diese, ja eher Geschäftsmechanismen, da immer wieder reinholt. Und sich da-
475 mit auch auseinandersetzen. Man kann natürlich auch überlegen, ob man natürlich
476 trotzdem das in irgendeiner Form inhaltlich auch im eigenen pädagogischen Pro-
477 gramm aufnimmt. Das man halt mal einen Workshop dazu macht. Also was wir zum
478 Beispiel auch oft machen sind Spielekonzeptions-Workshops, wo sich die Kinder sel-
479 ber eine Spielidee überlegen. Also erst wird ein bisschen eingeführt, was gibt es über-
480 haupt so für Spiele, was gibt es für verschiedene Spielmechaniken. Was sind Genere.
481 Was macht an Spielen Spaß usw. Was sind auch die Geschäftsmodelle dahinter.

482 Was ist so mit Altersfreigaben, was hat es damit auf sich, da gibt es so eine kleine
483 Einführungsdiskussion, Vortrag usw. Dann überlegen die sich in Gruppen ein eigenes
484 Spielkonzept. Das wird jetzt nicht programmiert, sondern im Endeffekt geht es wirklich
485 um das Konzept. D.h. die machen eine Art Verkaufsgespräch. Also bereiten ein Pla-
486 kat vor, machen dann einen Pitch, so von wegen, ok ich habe hier eine Spielidee und
487 ich möchte das vorstellen. Da wird natürlich dann sehr offensichtlich, dass die Spiele,
488 die sie gerade spielen und die sie gerade begeistern, natürlich da in das Konzept mit
489 reinfließen. Aber dadurch, dass sie sich damit auseinandersetzen wird denen auch
490 bewusst, wie dieses Spiel funktioniert, bzw. wir fördern das natürlich auch, in dem wir
491 die Diskussion dazu anregen. Das kann man zum Beispiel ganz gut machen auch,
492 dass man auch neben dem reinen Konsumieren auch das Reflektieren mit einbringt.
493 Bis hin, was natürlich auch möglich ist, das habe ich glaube ich jetzt noch gar nicht
494 mit eingebracht, selber Spiele gestalten und programmieren. Also dass man mit ver-
495 schiedenen Tools, da gibt es zum einen "Scratch" oder zum Beispiel für Jump-and-
496 Run-Plattform-Spiele gibt es "Bloxels". Und dann gibt es für Rollenspiele ein "RPG-
497 Maker" usw. Es gibt so Tools, mit denen man halt selber quasi Spiele programmieren
498 kann. Und auch dazu kann man natürlich anregen. D.h. jetzt nicht, dass jeder Spieler
499 jetzt irgendwie selber zum Spieledesigner werden muss. Aber es hilft zumindest mal
500 so einen Blick reingeworfen zu haben, um zu verstehen, was macht das Spiel eigent-
501 lich mit mir. Das ist genauso wie mit einem Film machen, schauen, ist auch so, dass
502 wenn ich mich mit Filmen auseinandersetze am einfachsten oder am besten, am tiefs-
503 ten bekomme ich den Einblick, wenn ich selber mal einen Film gemacht habe und
504 gemerkt habe, was ist eigentlich der Prozess dahinter. Und dann versteh ich auch wie
505 der Film die Wirkung erzeugt und wie das Ganze ist. Und das würde ich mal sagen,
506 zählt alles zur Medienbildung. Das ist halt das was, oder Medienkompetenz im End-
507 effekt die dann dadurch geschult wird. Und das ist, ich meine ich würde jetzt hier nicht
508 arbeiten, wäre ich nicht überzeugt davon, dass das eine der wichtigsten Kompeten-
509 zen der, unserer Zeit ist. Dass man einfach versteht wie Medien funktionieren und
510 dann nicht einfach, sag ich mal blind konsumiert und dann quasi unreflektiert damit
511 umgeht. #00:35:06-6#

512

513 I: Ok, dann sind wir sogar schon bei der letzten Frage. Und zwar, wenn man jetzt die
514 zukünftige Entwicklung anschaut, hat das Spiel seinen Höhepunkt schon überschrit-
515 ten und was könnte denn nach Fortnite folgen? #00:35:17-8#

516

517 B: Ja, also das ist ja so ein Blick in die Glaskugel (lachen). Also ich könnt mich, ich
518 habe mich vor ein paar Monaten mit einem Kollegen in Führungszeichen gestritten,

519 weil ich auch gemeint habe, eigentlich ist dieser Höhepunkt vorbei. Und dann hat er
520 so gemeint nein, schau dir doch mal die Zahlen an. Das ist momentan grade noch,
521 das steigt immer noch weiter mit den Nutzerzahlen. Also ich, vom persönlichen Gefühl
522 her, glaube dass jetzt schon bald jetzt irgendwas anderes kommen wird. Was das
523 sein wird, keine Ahnung. Also das ist immer sehr sehr schwer abzusehen, was da
524 jetzt der nächste Hype ist. Wenn ich das wüsste, könnte ich als Spieleentwickler glaub
525 ich, ja wäre ich super gefragt und könnte das große Geld machen, wie es immer so
526 schön ist. Aber natürlich weiß man es nicht, es kann sein, dass es wieder irgendwas
527 ist wie "Pokémon-Go" oder sonst was. Was mit dem Handy, mit der Umgebung noch-
528 mal zu Interaktion, ich glaube auch das ist noch nicht komplett vorbei. Da wird jetzt
529 noch irgendwas kommen, was diese Mischung macht. Grade gibt es ja auch noch
530 dieses "Harry Potter Mobile-Game", was ja auch noch beliebt ist, zwar jetzt auch nicht
531 so krass. Da wird irgendwas in der Richtung kommen. Ich kann es nur nicht absehen,
532 was es ist. "Minecraft" war ja auch so ein großes Ding, was durch das Konzept ge-
533 wonnen hat und immer noch gespielt wird. Es ist auch so, dass Fortnite jetzt glaub
534 ich jetzt trotzdem auch wenn vielleicht der Zenit so langsam überschritten ist, dass es
535 jetzt total abfloppt und dann keiner mehr Fortnite spielt. Sondern es wird dann wahr-
536 scheinlich so ein bisschen dann langsam, so weniger werden bis dann halt irgendwie
537 dann die nächsten Hype-Spiele kommen. Und ob es jetzt, ja selbst wenn man sich
538 die letzten Jahre anschaut, war es halt immer was anderes. Ja, keine Ahnung was
539 als nächstes kommt. #00:36:47-2#

540

541 I: Wenn man sowas mit in Betracht zieht, dass es jetzt sowas wie "Google-Stadia"
542 gibt. Dass die Hardware gar nicht mehr so eine große Rolle spielt und es dann er-
543 schwinglicher ist für mehr Leute. Dass es dann in der Freizeitgestaltung noch eine
544 größere Rolle einnimmt? #00:37:08-6#

545

546 B: Ja, weiß ich nicht. Das sind alles Spekulationen. Meine Meinung dazu ist, dass es
547 momentan eh schon so ist, dass zumindest bei uns in Deutschland kann sich eigent-
548 lich jeder im Zweifel, also Familie oder sonst was wird sich auch eine Konsole leisten
549 können. Also auch eine Playstation oder Switch ist eine einmalige Investition von drei-
550 vierhundert Euro und dann gerade ein Spiel wie Fortnite ist ja erstmal quasi kostenlos.
551 Da wird es in dem Sinne nicht an der Hardware scheitern. Eher sehe ich das Problem,
552 dass an vielen Stellen die Internetverbindung in Deutschland (lachen) einfach noch
553 nicht gut genug tut, um diese Streaming-Dienste ausreichend quasi bedienen zu kön-
554 nen. Also insofern sehe ich jetzt nicht das Problem, dass die Kinder nicht die Hard-
555 ware haben. Auch die Kinder, die zu uns zum Spielen kommen, haben die meisten

556 auch irgendwie zuhause auch noch Konsolen. Es gibt dann natürlich Eltern, die das
557 dann bewusst entscheiden und sagen, du kommst nur bei uns am Freitagnachmittag,
558 haben wir halt die Möglichkeit und dafür spielst du halt zuhause weniger oder halt gar
559 nicht und sonst was. Das kann man dann auch machen. Also ich weiß es jetzt nicht,
560 ob das der entscheidende Faktor ist, zumal momentan, also so wie ich jetzt die Ge-
561 schäftsmodelle von "Google-Stadia" und sowas sehe, ist es trotzdem recht teuer. Also
562 man muss ja die Spiele trotzdem im Vollpreis kaufen und ähnliches. Dann versuchen
563 ja auch noch andere Hersteller so Abo-Modelle zu etablieren, dass ich sage, ich habe
564 dann jetzt von einer Firma dann so ein Monatsabo. Das funktioniert bei Netflix und
565 sonst was ganz gut aber Netflix, ein Film geht irgendwie zwei Stunden aber in einem
566 Spiel verbringt man halt vierzig, fünfzig, sechzig, hundert Stunden, hundertfünfzig
567 Stunden, wie auch immer und dann ob ich jetzt so ein Abo brauche wo ich dann jetzt
568 weiß ich nicht. Ja im Endeffekt ist ja auch die Lebens- und Spielzeit begrenzt, die eine
569 Person an sich liefern kann. Ich glaube das sind Geschäftsmodelle, die werden jetzt
570 in den nächsten Jahren, die werden ausgetestet natürlich. Was jetzt davon bleibt, wie
571 gesagt ich, wenn ich es wüsste dann wäre ich jetzt nicht hier, sondern würde bei "EA"
572 im Marketing, Vertrieb oder sonst wo arbeiten. Es wird spannend, es wird super inte-
573 ressant, was so als nächstes kommt. Game-Streaming, also ich sehe es schon als
574 Chance, aber erstmal müsste man die Internetbandbreiten und so was auf Vorder-
575 mann bringen. Das wird vielleicht tatsächlich auch eher in anderen Ländern noch
576 mehr Einfluss haben. Wo dann vielleicht die Internet-Infrastruktur stärker ausgebaut
577 ist als jetzt die Hardware. Ich mein ob es jetzt speziell um Gaming geht oder wenn
578 man sich jetzt Afrika anschaut, da ist es jetzt ja momentan auch so, dass alle über
579 das Handy oder Smartphone ins Netz gehen. Es ist jetzt nicht so, dass die dadurch
580 nicht an Netz angebunden, sondern da wäre tatsächlich irgendwie wahrscheinlicher,
581 dass sich die Infrastruktur, also über irgendwie über die Bandbreiten das vielleicht
582 irgendwann geht. Ach, ich weiß es nicht, das sind alles Spekulationen. Aber ich
583 denke, hier ist momentan nicht das Problem, dass wir zu wenig Hardware haben.
584 #00:39:49-5#

585

586 I: Ok dann wäre es das von meiner Seite aus schon. Gibt es aus deiner Sicht noch
587 einen Aspekt, den ich noch mit aufnehmen könnte? Den wir jetzt nicht berücksichtigt
588 haben, wenn man an das Thema Fortnite denkt. #00:40:06-1#

589

590 B: Also zum Thema Fortnite, also ich glaube die wichtigsten Sachen haben wir ei-
591 gentlich, glaube in aller Breite (lachen) ausdiskutiert. Also insofern nein, grade glaube
592 ich. Ich glaube, dass du damit irgendwie ganz gut arbeiten kannst. #00:40:19-6#

593

594 I: Ja super. Dann vielen, vielen Dank. Ich werde jetzt das Aufnahmegerät ausschalten

595 und wir sind schon am Ende des Interviews.

Anhang 4: ExpertInneninterview Jugendring Düsseldorf

Interview-Nr.	2
Datum der Aufnahme	27.08.2019
Ort der Aufnahme	Heilbronn / Düsseldorf
Dauer der Aufnahme	35:45 Minuten
Datenerhebung	Telefonisches Leitfadeninterview
Befragte Person	Herr Arne Zaefferer
Über die Person	<p>Jugendbildungsreferent Jugendring Düsseldorf,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Teilnehmer „gamescom“ 2019 Fachfortbildung Games im Fokus der Jugendhilfe. Die Tagung befasst sich mit dem Phänomen Games und greift dabei den gesamtgesellschaftlichen Zusammenhang innerhalb der Jugendkultur auf (Computer-Projekt Köln e.V. 2019). Themenschwerpunkt war u.a. das Spiel Fortnite, woher die Faszination für diese Spiele kommt. Es wurde zudem eine Umsetzung von Fortnite als Geländespiel für Großgruppen dargestellt (Evangelische Jugendreferat Düsseldorf 2019). - Projekt, Düsseldorfer Jugendmedientage mit Workshops für Medieninteressierte im Alter von 14 – 25 Jahren (Jugendring Düsseldorf 2019). - Medienpädagogische Angebote für Kinder, Jugendliche, Schulen und andere pädagogische Einrichtungen (Zaefferer o. J.).
InterviewerIn und TranskribentIn	Thomas Winkler
Transkriptionsregeln	<p>Wort für Wort ohne Sprachglättung: Dialekt, Umgangssprache, fehlerhafter Satzbau und fehlerhafte Ausdrucksweise beibehalten.</p> <p>I: InterviewerIn B: BefragteR</p>

Tabelle 8: Transkriptionsdaten Interview 2 (Fuß und Karbach 2014: 66)

1 I: Meine erste Frage ist eine allgemeine Einführungsfrage zum Thema Fortnite. Und
2 zwar, wie Sie das Spiel Fortnite als Medienpädagoge in Ihrer Arbeit erleben?
3 #00:00:14-2#

4

5 B: Bei mir ist es so, ich habe zwar viel mit Medienpädagogik zu tun. Aber es dadurch,
6 dass ich da mehr als Projektleiter, als Lobbyist für Jugendarbeit, viele Veranstaltun-
7 gen organisiere usw. und wenig direkt mit Kindern und Jugendlichen arbeite. Zumin-
8 dest hier in meiner Haupttätigkeit beim Jugendring, erlebe ich es halt eher immer so
9 hintenrum. Also es ist natürlich nebenbei, wo ich mit Kindern und Jugendlichen ar-
10 beite, erlebe ich das natürlich viel mehr. Das ist auch das was ich von anderen höre.
11 Und ich bin halt selber auch noch regelmäßig in einem Jugendzentrum unterwegs.
12 Da kriege ich das natürlich immer auch noch mit, wobei es natürlich letztes Jahr deut-
13 lich stärker war. Und ich finde aber, dass man sowas ja auch, ein ganz großes Phä-
14 nomen schon an dem Spiel ausmacht, dass man es jetzt nicht nur von Kindern und
15 Jugendlichen hört. Weil es ja einfach, dieses Spiel geschafft hat, ja auf Schulhöfen
16 stattzufinden, auf Campingplätzen. Man sieht, man fährt irgendwo in den Urlaub, egal
17 wo und sieht auf dem Campingplatz Kinder, die die Fortnite-Tänze tanzen. Fußball-
18 spieler machen das im Stadion bei der Weltmeisterschaft oder so. Sodass einem da
19 ja dieses Spiel auch an vielen anderen Orten begegnet und eben nicht nur innerhalb
20 von so einem Gaming-Kontext oder einem medienpädagogischen Kontext. Ansons-
21 ten habe ich viel mit pädagogischen Fachkräften usw. zu tun. Wie gesagt, wir organi-
22 sieren halt viele Veranstaltungen, Fortbildungen und sowas, Fachtage. Da taucht es
23 natürlich immer wieder auf aber mehr eben mit ganz vielen Fragen. Also dass natür-
24 lich die pädagogischen Fachkräfte aus den Jugendeinrichtungen oder Jugendverbän-
25 den natürlich Fortnite alle schon einmal gehört haben, aber die wenigsten halt einfach
26 wissen, was es eigentlich ist und was so hinter diesem Ganzen steckt. #00:01:56-4#

27

28 I: Was kommen da zum Beispiel für Fragen? #00:02:00-3#

29

30 B: Naja, also ganz oft ist es, vielleicht jetzt auch gar nicht mal mehr so, aber es war
31 ja auch so, also letztes Jahr hatte Fortnite ja so seinen Höhepunkt eigentlich. Die
32 meisten wissen mittlerweile, dass Fortnite ein Computerspiel ist aber auch nicht mehr
33 und es vielleicht nie gesehen haben. Sodass wirklich weniger konkrete Fragen, wie

34 kann man denn da was machen? Sondern ehrlich gesagt ist es ist dieses Grundver-
35 ständnis, was auch diese Tänze anbelangt, dass die etwas mit dem Computerspiel
36 zu tun haben oder „Skins“ und die ganzen Dinge, die es gibt. Das kommt alles daher.
37 Ich fand das, dass tatsächlich eher meistens so die Fragen waren. Ansonsten ist die
38 beliebteste Frage von Fortnite, ab wieviel Jahren ist das Spiel freigegeben. Das ist
39 klar. Das ist natürlich auch wenn ich im pädagogischen Kontext mit Kindern und Ju-
40 gendlichen arbeite oder in einer Einrichtung und mir dann die Frage stelle, dürfen die
41 das hier spielen oder nicht. Altersfreigaben sind da natürlich schon relevant, aber an-
42 sonsten Altersfreigaben bei Fortnite ist nochmal ein ganz eignes Thema #00:03:10-
43 9#

44

45 I: Ok. Wenn man jetzt die Jugendlichen selbst anschaut, also mal die Perspektive der
46 Jugendlichen betrachtet, wie würden Sie sagen gehen die Jugendlichen mit dem
47 Spiel um? Was ist die Faszination für die Jugendlichen an dem Spiel Fortnite? Was
48 macht diesen Hype aus? #00:03:26-9#

49

50 B: Es gibt natürlich ganz viele Facetten, die da zusammenkommen. Grundsätzlich ist
51 halt genau, diese Frage schon richtiggestellt. Warum ist dieses Spiel so faszinierend?
52 Ich empfinde es halt auch als ein Phänomen schon. Weil es im Prinzip doch mal wie-
53 der so Trends und Hypes in der Gaming-Szene gab. Aber ich glaube noch nie so groß
54 und einfach so kommerziell erfolgreich wie dass jetzt bei Fortnite ist. Dafür braucht
55 es jetzt natürlich viele Faktoren und ich glaube das einfach "Epic Games", die ja der
56 Herausgeber von dem Spiel sind, da ganz viel richtig gemacht haben. Es gibt so ein
57 Grundsetting, dass das Spiel erstmal kostenlos ist. Das ist einfach schon mal eine
58 sehr sehr niedrige Zugangsvoraussetzung. Das kostenlos ist auch plattformübergrei-
59 fend, d.h. ich kann das mit meinem Kumpel spielen, egal welche Konsole der hat oder
60 ob er es auf dem PC spielt. Inzwischen kann ich jetzt auch auf dem Tablet spielen.
61 Das macht einfach schon mal einen sehr einfachen Zugang zu dem Spiel. Ich kann
62 es mir halt einfach runterladen, egal auf welchem Gerät. Ich brauche quasi WLAN
63 und Akku und kann das spielen. Damit spreche ich schon mal eine breite Masse an.
64 Dann hat das Spiel einfach gewisse Elemente, in dieser "Open-World", dass ich "craf-
65 ten" und "looten" also, dass ich Rohstoffe sammeln kann und bauen kann. Das ist
66 halt einfach ein Trend, den man ja auch in anderen Spielen, in "Minecraft" oder dem
67 "Landwirtschaftssimulator", der ja auch unglaublich erfolgreich ist, auch immer wieder
68 findet. Also was tatsächlich auch irgendwie ein beliebter, einfach ein ganz beliebtes

69 Element ist, das habe ich da drin. Es geht ganz viel um Statussymbole. Also meiner
70 Meinung nach bestimmt das so ein bisschen Fortnite sogar, dass der Stellenwert der
71 Statussymbole, alle "Skins" und "Emotes" also jetzt Tänze und alles was ich mir so
72 kaufen kann. Oder entweder spielerisch erwerben kann, aber in den meisten Fällen
73 einfacher halt kaufen kann, sind am Ende ja nur Statussymbole. Ich kann mir ja nicht
74 irgendwie Vorteile im Spiel kaufen. Ich werde nicht besser im Spiel, weil ich mir irgen-
75 detwas kaufe. Sondern da geht es wirklich rein um Status, dass ich da eben zeigen
76 kann, ich bin ein erfahrener Spieler. Ich spiele das schon lange. Ich habe die und die,
77 ich habe den "Skin", also das Aussehen, was man nur in diesem "Tier" irgendwie
78 erwerben konnte. So, das habe ich aber, also sieht man, dass ich das Ganze schon
79 lange spiele. Das macht glaube ich ganz viel aus. Dann so diese Schnittstelle zwi-
80 schen digital und analog, also was ich am Anfang schon mal meinte, dass eben Fort-
81 nite, der Trend oder dieser, ja dass es eben mehr als ein Trend wurde, tatsächlich
82 viel auf Schulhöfen stattgefunden hat. Zum Beispiel, da wurden viele Elemente ein-
83 fach aus diesem Spiel in die analoge Welt übertragen. Darüber durchaus ein breite-
84 res, viele auch gerade jüngere Kinder eher sogar darüber den Zugang zu dem Spiel
85 bekommen haben oder das Interesse dafür entwickelt haben. Weil sie halt diese
86 Tänze mitbekommen haben, diese Sprache, dieses alles was zu dieser Szene dazu-
87 gehört, eben mitbekommen haben. Mitbekommen haben, dass das irgendwie cool ist.
88 Dass das spannend ist, da was Spannendes dahintersteckt. Darüber dann sich das
89 Spiel eben dann einfach stark verbreitet hat und ebenso ein Massenphänomen
90 wurde. Oder sonst halt, klar das Spiel ist halt, also es sind kurze Spiele. Man muss
91 jetzt nicht wie bei anderen Spielen, bei klassischen Computerspielen stundenlang ir-
92 gendwie vor dem PC sitzen. Man kann sofort anfangen, es ist sofort spannend. Nicht
93 langweilig, man hat von Anfang an, von der ersten Sekunde an quasi Druck, positiv
94 oder negativ interpretiert aber ist halt nie langweilig. Man hat schnelle kurze Spiele.
95 Man kann halt auch mal eine Viertelstunde, mal eine Runde Fortnite spielen, die viel-
96 leicht eine Stunde geht. Das kann man auch mit den Eltern einfacher verhandeln, als
97 wenn man sagt, ich habe jetzt hier ein Rollenspiel und muss jetzt hier, unter drei Stun-
98 den lohnt sich das quasi gar nicht. Natürlich auch, dass es stetig weiterentwickelt wird.
99 Es ist glaub ich in „Season“ zehn, jetzt inzwischen. Es gibt ja auch viel, also es kom-
100 men immer wieder neue Elemente dazu. So wird das Ganze natürlich auch am Leben
101 gehalten. Irgendwie so eine Mischung aus diesem allen verschiedenen Elementen,
102 haben glaube ich dafür gesorgt, dass dieses Spiel so erfolgreich ist. #00:07:14-4#

103

104 I: Ok, vielen Dank. Dann wäre meine nächste Frage, welche, also wenn man jetzt die
105 Perspektive der Eltern anschaut, welche unbegründeten oder vielleicht auch begrün-
106 deten Ängste löst das Spiel bei Eltern aus? #00:07:33-9#

107

108 B: Auch da ist es bei Eltern glaube ich natürlich sehr unterschiedlich. Es ist natürlich
109 auch schwer, grundsätzlich von Eltern zu sprechen. Weil es natürlich da ganz unter-
110 schiedliche Vorerfahrungen, es gibt Eltern, die selber zocken. Die genau wissen was
111 das ist. Es gibt andere, die noch nie ein Computerspiel gespielt haben. Ich glaube,
112 dass es in vielen Fällen auch da wieder so ist, dass es eher eine Unwissenheit ist.
113 Also, dass man es einfach gar nicht kennt, das Spiel. Das man vielleicht auch so
114 überhaupt keinen Bezug zu Games hat. Dann am ehesten natürlich Ballerspiel hört.
115 So ein Ballerspiel hat ja schon immer, schon seit Jahrzehnten, seitdem es Computer-
116 spiele gibt, haben Ballerspiele einfach einen extrem schlechten Ruf. Dass das so ein
117 Schlagwort ist, was eben aufhorchen lässt. Da geht es eben um erschießen, da geht
118 es um überleben. Nur einer überlebt, alle anderen müssen sterben. Dass das natür-
119 lich aufhorchen lässt und erstmal Sorgen und Ängste bereitet, warum Kinder denn
120 sowas spielen. Ich glaube ein anderes Schlagwort, was im Moment auch so häufig
121 vorkommt, ist das Thema Sucht, Computerspielsucht, Mediensucht. Jetzt nochmal
122 verstärkt dadurch, dass es auch als psychische Störung im ICD 11 aufgenommen
123 wurde. Dass es das gibt und dass natürlich, glaube ich in Bezug auf Fortnite, dieses
124 Thema aufkommt. Das ganze Thema Sucht aber grundsätzlich natürlich im Medien-
125 verhalten einfach ein großes Thema ist. Ich glaube, dass da auch noch viel Unwis-
126 senheit herrscht. Was es denn überhaupt bedeutet, was steht denn überhaupt in die-
127 ser Definition. Was ist denn eine psychische Störung. Das kann man ja alles, viel
128 auseinandernehmen und für wieviel Kinder gilt das überhaupt. Wie viele Kinder sind
129 wirklich von einer Sucht betroffen, was dieses Spiel angeht. Ich glaube das in den
130 allermeisten Fällen, das ist alles noch so ein bisschen, da kann ich jetzt auch nicht
131 irgendetwas behaupten oder so. Ich glaube aber, dass es in den allermeisten Fällen,
132 also dass die allermeisten Kinder nicht von einer Sucht betroffen sind. Das man na-
133 türlich schon gucken muss. Sich damit auseinandersetzen muss, was spielen die Kin-
134 der. Warum wollen die das spielen, was spielen die überhaupt da. Aber dass es in
135 den wenigsten Fällen ernsthaft um eine Suchtproblematik oder sowas geht.
136 #00:09:49-7#

137

138 I: Wenn man jetzt an sowas denkt wie Kosten, also im ersten Moment ist das Spiel ja
139 kostenlos. Aber wenn man sich „Skins“ kaufen möchte, dass die Eltern dann die Kon-
140 trolle über so etwas noch haben? Ist Ihnen in diese Richtung mal so etwas begegnet,
141 dass es da irgendwelche Ängste oder Sorgen gibt? #00:10:14-2#

142

143 B: Ich würde nicht behaupten, dass es das nicht gibt. Ist mir tatsächlich aber, begeg-
144 net mir relativ wenig. Ich glaube einfach, dass Eltern da am ehesten noch eine Kon-
145 trolle, wie gesagt Ausnahmen gibt es immer. Aber ich glaube, das ist jetzt wirklich
146 aber ein sehr subjektives Empfinden, am ehesten noch eine Kontrolle drüber haben,
147 weil sie sich da eben, das können sie halt nachvollziehen. In dem Moment wo es Geld
148 kostet, wissen Eltern, worum es geht. Man kann eben durch solche Gutscheinkarten
149 für die entsprechenden "Stores" und so, das auch relativ einfach steuern. Dass viele
150 Kinder eben mit diesen "Playstation-Store" und "Apple-Store" und sowas kann man
151 ja immer so Guthabekarten kaufen. Und wenn es dann aufgebraucht ist, ist es weg.
152 Man kann nicht beliebig, klar gibt es auch immer wieder Kinder wo Eltern die Kredit-
153 karten dann einrichten. Das ist glaube ich, wie gesagt aber wirklich mein Empfinden,
154 dass das gar nicht so ein Problem ist. Weil das eben einfach was ist, was Eltern gut
155 nachvollziehen können, wenn etwas Geld kostet. Dann fragen sie, wofür ist das Geld.
156 Dann können sie sagen du kriegst es oder eben nicht. Von daher ist das ganze Thema
157 Kosten, eher nicht so wichtig. Also aus meiner Sicht, nicht so wichtig. Ich glaube sonst
158 sind es halt viele Dinge, die auch weniger mit Fortnite als grundsätzlich mit dem Me-
159 dienumgang von Kindern und Jugendlichen zu tun haben. Also was Zeiten angeht,
160 es gibt Eltern, die setzen ihre Kinder vor die Playstation, die können so lange spielen,
161 wie sie es wollen. Andere dürfen halt eine Runde Fortnite spielen, der nächste darf
162 gar kein Fortnite spielen. Das sind glaube ich alles so Fragen, die sich gar nicht so
163 sehr auf Fortnite konzentrieren, sondern auf den grundsätzlichen Medienumgang von
164 Kindern und Jugendlichen. Wie gehen Familien, wie gehen Eltern damit um.
165 #00:12:00-0#

166

167 I: Betrifft das dann auch so etwas wie Cybermobbing und Cybergrooming? #00:12:05-
168 5#

169

170 B: Auch da ist natürlich wieder die Frage, ob Eltern sich dessen bewusst sind. Da
171 würde ich es eher wieder so sagen, das sind so Ängste die manchmal, nicht in Form

172 von Ängsten, aber das ist so ein Wissen, dass vielleicht eher mal betrachtet werden
173 sollte. Ich glaube, dass sowas relevanter ist in einem, wobei das ist auch meine sub-
174 jektive Wahrnehmung, aber dass das sowas, wie aufklären über Cybermobbing und
175 Grooming und überhaupt mit wem kommunizierst du da. Welche Daten gibst du viel-
176 leicht von dir in dem Spiel preis. Wen lernst du da eigentlich kennen in dem Spiel und
177 mit wem unterhältst du dich da. Dass das auf jeden Fall Themen sind, die man mit
178 Kindern besprechen sollte. Eher als im Vergleich zum Thema Ballerspiele und schie-
179 ßen und so. Aber ich glaube man muss das gar nicht in Relation setzen. Ich fände
180 jetzt sowas wichtiger über genau diese Dinge zu sprechen. Was stecken eigentlich
181 für Strukturen dahinter, wer spielt das denn noch so. Gibt es vielleicht Menschen, die
182 das vielleicht aus ganz anderen Gründen spielen und die eben nicht nur mit dir das
183 Computerspiel spielen wollen. Das sind auf jeden Fall Dinge die wichtig sind, wenn
184 man es aus der pädagogischen Perspektive sieht. #00:13:19-0#

185

186 I: Ok, vielen Dank. Wenn man jetzt den Freundeskreis anschaut, Fortnite ist ja häufig
187 Thema auf dem Schulhof. Sind die SpielerInnen von Fortnite online und offline echte
188 Teamplayer? Kann da eine Verbindung hergestellt werden? #00:13:48-3#

189

190 B: (lachen) Das ist eine schwierige Frage. Es könnte auch die Frage sein, sind Fort-
191 nite Spieler überhaupt Teamplayer. Weil ich meine am Anfang, ich meine inzwischen
192 ist es ein bisschen gekippt, aber am Anfang war es ja eigentlich erstmal ein Solo, war
193 ja das Solo-Game am erfolgreichsten oder am beliebtesten. D.h. wo ich wirklich al-
194 leine gegen neunundneunzig andere spiele. Da war das Thema Team ja quasi gar
195 nicht vorhanden. Inzwischen ist es soweit ich weiß etwas gekippt. Dass die Team-
196 spiele, dass ich zu zweit oder zu viert oder so, gegen andere spiele, beliebter gewor-
197 den sind. Gleichzeitig gibt es natürlich dieses, dass jeder für sich alleine zuhause,
198 dass man schon mit Freunden zusammenspielt, aber natürlich jeder für sich alleine
199 zuhause sitzt. Da kann man ja nicht zusammenspielen, wenn nicht jeder eine eigene
200 Konsole oder so hat. Von daher musste ich so ein bisschen schmunzeln, bei der
201 Frage nach, ob das Teamplayer sind. Wie gesagt, wie du gesagt hast, man unterhält
202 sich und man spricht natürlich viel und hat seine Freunde da. Man kennt sich und man
203 tauscht sich aus und so. Ich glaube das ist grundsätzlich eine spannende Frage in
204 wie weit jetzt konkret Fortnite spielen, eine Auswirkung auf das Verhalten von jungen
205 Menschen, ob es da eine Auswirkung gibt. Das ist halt nicht wirklich untersucht. Ich

206 glaube das ist auch wirklich sehr schwierig. Aber das ist trotzdem eine sehr span-
207 nende Frage, inwieweit das wirklich Auswirkung auf das Verhalten im Alltag, quasi
208 das Spielen hat. Wir hatten neulich mal ein Gespräch oder eine Diskussion über einen
209 Jungen, der aufgefallen ist, weil er sehr starke Höhenangst hat. Wir waren im Ferien-
210 angebot im Klettergarten. Der ist eigentlich wirklich so ein taffer kleiner Junge, der
211 überhaupt nicht schüchtern ist und so. Jetzt kann das einfach sein, Höhenangst oder
212 sonstige Ängste können Menschen einfach haben. Aus keinem konkreten oder aus
213 keinem wirklich nachvollziehbarem Grund oder Auslöser oder sowas. Es kann sein,
214 dass jemand das einfach hat und das alles überhaupt nicht zusammenhängt. Aber es
215 war eben auffällig, dass dieser Junge extrem viel Fortnite spielt. Da kam eben relativ
216 schnell die Assoziation, dass Fortnite ja in dem Moment beginnt, dass ich eben aus
217 diesem fliegenden Bus springe. Aus einer Höhe runterspringe und eben dann auf
218 dieser Insel lande und sofort in diesem Spiel bin und sofort mich verstecken, mich
219 verteidigen, kämpfen muss. Also es ist sofort, das macht das Spiel ja auch irgendwie
220 aus, sofort dieser Druck, wie ich schon mal meinte, dieser Druck da, dieses erhöhte
221 Adrenalin, dieser erhöhte Puls sozusagen. Da haben wir natürlich schon, das kann
222 man schwierig nachweisen oder schlicht gar nicht nachweisen oder sowas. Aber so
223 grundsätzlich die Frage, gibt es da einen Zusammenhang, dass der Junge so viel
224 Fortnite spielt und dann plötzlich so eine Höhenangst entwickelt. Das liegt ja erst ein-
225 mal nahe, dass es da einen Zusammenhang geben könnte, wie gesagt. Es kann sein,
226 dass es auch keinen Zusammenhang gibt. Deswegen sind solche Fragen halt span-
227 nend, in wie weit das Auswirkungen hat auf das Verhalten, positive und negative.
228 Letztlich glaube ich schon, dass das auf jeden Fall bei Computerspiel auch gewisse
229 "Skills" erlernt werden können, wie auch in ganz normalen Alltagssituationen, im "Re-
230 allife". Teamplaying gehört bestimmt mit dazu. Wenn ich mir auch andere Klassiker
231 sozusagen, "Counterstrike" oder so, wird immer nur im Team gespielt. Das meiste im
232 "E-Sport" findet inzwischen im Team statt. Auch bei klassischen Solo-Spielen, wie
233 jetzt "FIFA" oder sowas, sind die trotzdem immer in Teams, in Mannschaften organi-
234 siert und so. Ich glaube schon, dass gerade so diese "Social-Skills", alles was so mit
235 Teamplaying zu tun hat und so. Schon was, was man aus oder auch mit Computer-
236 spielen lernen kann. #00:17:32-1#

237

238 I: Ok, vielen Dank. Dann würde ich zur nächsten Frage kommen. Und zwar, aus Sicht
239 der Schule. Hat die Schule die Möglichkeit den Hype, um das Game für sich zu nut-
240 zen? #00:17:46-6#

241

242 B: Also da muss ich klar sagen, dass ich halt, ich arbeite ja hier beim Jugendring und
243 im Ausschuss der Jugendverbände hier in Düsseldorf. Wir haben darüber hinaus aber
244 auch viel mit offener Kinder- und Jugendarbeit zu tun. Also insgesamt ist unser Gebiet
245 halt außerschulische Bildung. Wir haben natürlich auch mit Schulen zu tun, klar. Aber
246 es ist jetzt nicht unsere Kern- oder Zielgruppe und ich jetzt in dem Teil, wo ich als
247 Medienpädagoge unterwegs bin, hab quasi auch mit Lehrern und Lehrerinnen eigent-
248 lich nichts zu tun. Also pädagogischen Fachkräften, mit anderen Medienpädagogen
249 aber eben alles und eben mit viel mit ehrenamtlichen Gruppenleiterinnen, Gruppen-
250 leitern aus der Jugendverbandsarbeit. Aber eben kaum mit Schule, mit Lehrerinnen
251 und Lehrern. Und ich glaube auch, ich kann das aber gar nicht richtig beurteilen. Ich
252 glaube, dass einfach die, für die Medienpädagogik sich die außerschulische Bildung
253 sehr anbietet und gleichzeitig die Schule sich für medienpädagogische Bildung, nicht
254 so gut anbietet aber sie es trotzdem leisten muss. Einfach diese starre Struktur, wenn
255 man alles das was Schule halt ausmacht, nicht so gut vereinbar ist mit dem, was man
256 in der Medienpädagogik alles wissen kann. Was man eben in der außerschulischen
257 Bildung alles wissen kann. Weil konkret gesagt, dass man eben einfach ganz viele
258 Anlässe hat für medienpädagogisches Arbeiten. D.h. in dem Moment wo ich zwei Kids
259 habe, in einer Jugendfreizeiteinrichtung, die am Handy sitzen und Fortnite spielen,
260 kann ich dahingehen als Medienpädagoge. Kann das als Anlass nutzen, kann die
261 fragen, was spielt ihr da, warum spielt ihr das gerne. Und kann dann in verschiedenste
262 Themen irgendwie machen. Ich kann dann irgendwie Risiken und Kosten und wieviel
263 gebt ihr denn dafür aus und sowas zum Thema machen. Ich kann Privatsphäre, wie-
264 viel gebt ihr den von euch in dem Spiel preis oder in anderen Spielen oder was postet
265 ihr sonst noch so. Ich kann das zum Thema machen. Ich kann die Rolle von "In-
266 fluencern" und "Streamern" irgendwie zum Thema machen. Oder ich kann halt hin-
267 gehen und ein Geländespiel zum Thema Fortnite entwickeln und mit denen rausge-
268 hen und halt etwas spielen. Das kann ich halt in der außerschulischen Bildung ma-
269 chen. In der Schule ist das halt alles schwierig. Da geht es eher so in den Bereich
270 Medienkunde, so ein bisschen so, dass man natürlich auch mit Medien arbeitet. Aber
271 in der außerschulischen Bildung habe ich halt ganz andere Möglichkeiten. Da kann
272 man, das kann man und sollte man auf jeden Fall nutzen, weil einfach Fortnite gefühlt
273 jeder, jeder zweite oder so der in ein Jugendzentrum geht oder in der Jugendver-
274 bandsarbeit unterwegs ist, kennt das. Hat da einen Bezug dazu. Das bietet sich dann
275 halt einfach an, dass aufzugreifen und daraus dann etwas zu machen. #00:20:24-3#

276

277 I: Da würde meine nächste Frage besser dazu passen, mit dem professionellen Um-
278 gang. Und zwar, wie gestaltet sich Ihrer Meinung nach ein professioneller Umgang
279 für pädagogische Fachkräfte, wie jetzt zum Beispiel SozialarbeiterInnen mit Jugend-
280 lichen KlientInnen rund um das Spiel Fortnite? Also das geht dann schon mehr in die
281 Richtung, wie sie es gerade beschrieben haben. #00:20:42-0#

282

283 B: Man muss sich eigentlich überlegen, was will ich eigentlich, welches Ziel ich will.
284 Ganz allgemein gesagt, ich will Medienkompetenz vermitteln. Mein Bildungsauftrag
285 in dem Bereich ist es sozusagen Medienkompetenz zu vermitteln. Um einen gesun-
286 den, einen guten Umgang mit Medien zu erreichen, bei Kindern, Jugendlichen und
287 Erwachsenen. Dass die quasi auf eine Gesellschaft vorbereitet sind, die immer weiter
288 digitalisiert wird. Die Jobs haben werden, die wir uns (lachen) heute noch gar nicht
289 vorstellen können. Also will ich irgendwie Medienkompetenz erreichen. Und was ich
290 gerade schon meinte, in der außerschulischen Arbeit gibt es halt viele Anlässe, um
291 Medienkompetenz zu vermitteln, zu erlernen, zu erfahren, wie auch immer. Und Fort-
292 nite oder das ganze Thema Games ist sicherlich ein guter Anlass, weil einfach die
293 Kinder und Jugendlichen als Zielgruppe, eine hohe Eigenmotivation mitbringen, was
294 zu dem Thema zu machen. Das habe ich, glaube ich noch nie erlebt, wenn ich ein
295 Kind gefragt habe, was spielst du denn da oder was ist dein Lieblingscomputerspiel.
296 Die dann kein Bock hatten mir da was zu erzählen. Sondern im Gegenteil, da eigent-
297 lich und wenn man dann ein bisschen mitreden kann, vor Fortnite war es dann "Clash-
298 Royal", wenn ich dann gesagt habe in welcher "Arena" bist du denn? Ich bin in „Arena
299 4“ und die dann gemerkt haben irgendwie, ich kenn mich da anscheinend ein biss-
300 chen aus. Kommt man dann halt sehr schnell, sehr einfach ins Gespräch. Das ist
301 glaube ich das was man schaffen muss. Jetzt kann man sich natürlich als pädagogi-
302 sche Fachkraft nicht mit allen Themen, Games sind ja nur irgendwie ein Thema von
303 ganz ganz vielen jugendrelevanten Themen. Man kann sich natürlich nicht mit allem
304 auskennen. Aber ich glaube, dass einfach das Fortnite so einen großen Stellenwert
305 hat, dass man sich schon informieren sollte, was ist das überhaupt. Dass man grob
306 weiß worum geht es da, was ist so ein bisschen die Faszination dahinter. Dass man
307 zumindest ein bisschen mitreden kann. Dass man auch selbst Entscheidungen treffen
308 kann. Möchte ich das in meiner Einrichtung haben oder nicht. Dürfen das Kinder in
309 unserer Einrichtung spielen und wenn ja ab welchem Alter oder dürfen sie es gar nicht
310 und dass man das auch begründen kann. Und nicht einfach nur sagt, das ist ein Bal-
311 lerspiel und das ist glaube ich irgendwie ab sechzehn, vielleicht, hat jemand gesagt
312 und deswegen möchte ich das nicht. Sondern, dass man sich da eben dann einfach

313 soweit mit auseinandersetzt, dass man selbst eine Entscheidung treffen kann. Man
314 kann ja, es ist auch durchaus legitim, dass man in einem Jugendzentrum sagt, hier
315 wird kein Fortnite gespielt oder das ist hier nicht erlaubt. Wenn man das begründen
316 kann und begründen möchte, das können ja unterschiedliche Gründe sein, finde ich
317 das durchaus legitim. Nur man sollte es auch richtig begründen können. Ein profes-
318 sioneller Umgang rund um das Spiel Fortnite ist, dass man das eben ernst nimmt. Die
319 Kinder und Jugendlichen ernst nimmt. Und das nicht irgendwie abtut als irgendein
320 Computerspiel und eben das im besten Fall zum Anlass nimmt, um Medienkompe-
321 tenz zu vermitteln. #00:23:21-8#

322

323 I: Ok super, vielen Dank. Dann sind wir tatsächlich auch schon bei der letzten Frage.
324 Und zwar Richtung zukünftiger Entwicklung, ob das Spiel Fortnite seinen Höhepunkt
325 schon überschritten hat und ob es vielleicht Tendenzen gibt für etwas, was danach
326 kommen könnte? Also so eine Art Nachfolger für Fortnite. #00:23:50-0#

327

328 B: Wenn ich das jetzt beantworten könnte, dann würde ich viel Geld verdienen wahr-
329 scheinlich. Ich glaube den ersten Teil der Frage kann man ja, glaube ich schon ganz
330 gut beantworten. Ich glaube das Spiel hat seinen Höhepunkt überschritten. Ich
331 glaube, dass es so als Massenphänomen letztes Jahr, als Antoine Griezmann im WM-
332 Finale den Fortnite-Tanz gemacht hat, das kann man schon als (lachen) Höhepunkt
333 bezeichnen. Viel mehr geht glaube ich nicht, was so Mainstream angeht. Und dann
334 man sieht ja auch tatsächlich, es ist ja auch messbar. Man sieht es an den Zahlen,
335 die Umsätze sinken. Die Zuschauerzahlen, also die Spielerzahlen selber sinken. Die
336 Zuschauerzahlen bei "Twitch" und ähnlichen Plattformen sinken. Fortnite wurde tat-
337 sächlich von anderen Spielen wieder eingeholt. Ich glaube nicht, dass Fortnite jetzt
338 irgendwie völlig wegbricht und in einem halben Jahr da keiner mehr drüber spricht.
339 Ich glaube es wird sich als relativ konstantes Spiel in der Szene etablieren. Ähnlich
340 wie "League of Legends", das es schon seit Jahren gibt und auch "World of Warcraft".
341 Der Hype ist auch komplett vorbei, es gibt trotzdem immer noch eine relativ große
342 Szene bzw. "Community" in dem Fall, die das spielen. Und ich glaube auch, dass es
343 bei Fortnite eher sehr ähnlich sein wird. Dass es das noch lange geben wird. Es wird
344 auch weiterhin entwickelt, es wird weiterentwickelt. Die Story, in Anführungsstrichen,
345 geht weiter. Aber der Höhepunkt ist glaube ich überschritten und ich glaube auch
346 nicht, da wurde jetzt auf der „gamescom“ auch darüber gesprochen, dass es nochmal
347 zu so einem Hype kommt. Ich glaube da ist noch relativ viel Interpretationsspielraum,

348 aber es ist im Moment das erfolgreichste, also rein kommerziell erfolgreichste Com-
349 puterspiel der Welt und "Epic-Games" hatte keinen Stand auf der „gamescom“. Kei-
350 nen Fortnite-Stand auf der „gamescom“. Was auch so ein bisschen zeigt, einerseits
351 ja warum, also so warum sollten sie noch. Die verdienen einfach so unfassbar viel
352 Geld mit dem Spiel. Warum sollen sie da irgendwie ein paar Millionen davon ausge-
353 ben für einen "Gamescom-Stand", wenn sie dieses Spiel sowieso quasi nicht weiter
354 bewerben müssen, jetzt ein bisschen überspitzt gesagt. Also es war schon bezeich-
355 nend, dass Fortnite nicht auf der „gamescom“ war. Kann man natürlich immer ein
356 bisschen interpretieren, warum nicht und so. Aber es spricht alles so ein bisschen
357 dafür, dass der Höhepunkt überschritten ist. Und was folgt nach Fortnite, es gibt na-
358 türlich schon jetzt so in diesem ganzen "Battle-Royal-Umfeld" noch Spiele. Ich glaube
359 auch dass der "Battle-Royal-Trend" noch anhalten wird. Da sicherlich auch nochmal
360 neue Varianten, neue Varianten sind es am Ende ja nur, geben wird. Und dann die
361 Frage, wird es ein neues Spielprinzip quasi wiedergeben, was dann nochmal so einen
362 Hype schafft. Aber es ist so ein bisschen grundsätzlich spannend, was so in der
363 Gaming-Szene passiert. Weil es ist schon, also man konnte das auf der „gamescom“
364 so ein bisschen beobachten, dass da eben auch einfach die "Streamer und Streamer-
365 rinnen", die "Influencer" nach wie vor weiter an Zulauf gewinnen. Und dass es eben
366 teilweise, also war so ein bisschen der Eindruck, ich kann es jetzt nicht belegen, aber
367 der Eindruck, dass so diese Faszination für die Spiele, die es immer noch gibt. Also
368 dieses stundenlange Anstehen, um irgendwie ein neues Spiel an zu testen, das gibt
369 es immer noch. Aber das dass eher ein bisschen abgenommen hat und sich man
370 eher in eine lange Schlange stellt um den "Lieblings-Influencer" oder "Streamer" oder
371 "Streamerin" zu treffen. Sich ein Autogramm oder ein "Selfie" zu holen. Da ist glaube
372 ich spannend, wie weit der Einfluss und die Rolle von eben diesen ganzen "Strea-
373 mern" und "Influencern", wie weit der noch zunimmt. Und wie sich das entwickelt.
374 Wenn man sich "Twitch" anguckt, klar geht es um die Computerspiele, das ist der
375 Kern der "Streams". Die "Streamerinnen und Streamer", habe ich so den Eindruck,
376 werden tatsächlich immer wichtiger. Also die Persönlichkeiten, werden immer wichti-
377 ger. Und da ist dann eben so die Frage, in wie weit haben die dann Einfluss auf neue
378 Trends, in wie weit bestimmen aber trotzdem weiterhin die "Publisher" über solche
379 Kanäle dann die Trends. Also das ist auf jeden Fall spannend, bleibt nach wie vor
380 glaube ich spannend. #00:27:42-8#

381

382 I: Jetzt ist mir noch eine Frage eingefallen. Und zwar, Fortnite, in wie weit war das
383 noch Thema, wenn man sich jetzt auf der „gamescom“ mit anderen Fachkräften un-
384 terhalten hat? #00:27:52-1#

385

386 B: Als ich da war, stand der Fachtag praktisch komplett unter dem Thema Fortnite.
387 Ist natürlich jetzt schon ein großes Thema, ich glaube aber sonst gar nicht mehr so,
388 weil es einfach inzwischen bei Vielen angekommen ist. Es gibt, was ich anfangs be-
389 schrieben habe, diese Frage, was ist das den eigentlich, gibt es natürlich immer noch.
390 Aber inzwischen gibt es eine gewisse Abdeckung, dass man eben weiß was Fortnite
391 ist und das so ein bisschen einsortieren kann. Natürlich gerade unter den Fachkräf-
392 ten, unter den Medienpädagogen ist Fortnite, ich will jetzt nicht sagen kein Thema
393 mehr, eher so ein bisschen, wie nutzt du das? Hast du da neue Ideen wie man da
394 Geländespiele draus macht oder solche Weiterentwicklungen? Aber gerade so in der
395 Medienpädagogik-Szene ist es jetzt eigentlich kein so großes Ding mehr weil es letzt-
396 lich bekannt ist. Es wurde tatsächlich, das kann ich auch erzählen, bei dem Fachkon-
397 gress, wurde leider sehr viel über Altersgrenzen gesprochen. Es gab dann noch eine
398 Podiumsdiskussion. Da war jemand von der USK da und es wurde halt super viel,
399 also bestimmt eine Stunde oder so, sich über die Frage der Altersfreigabe bei Fortnite
400 unterhalten. Das ist ja alles ein bisschen kompliziert. Und ich fand es halt überhaupt
401 nicht zielführend. Also ich meine, wir waren auf der „gamescom“ und hinter der Türe
402 waren tausende Kinder und Jugendliche die Fortnite spielen. Und es hat halt einfach
403 keine Relevanz, ob wir jetzt als Medienpädagogen sagen, das ist, sollte ab zwölf oder
404 ab sechzehn freigegeben sein. Das hat vielleicht eine Relevanz für Jugend- und Frei-
405 zeiteinrichtungen, die es dann eben erst ab zwölf oder ab sechzehn in einer Einrich-
406 tung spielen lassen. Aber für die allermeisten Kinder und Jugendlichen oder für man-
407 che Eltern genauso, dass die das als Orientierung nehmen. Aber für die allermeisten
408 Kinder und Jugendlichen hat das keine Relevanz. Es gibt ganz viele die Fortnite spie-
409 len, die sind acht, neun und zehn Jahre, die dürften egal ob ab zwölf oder ab sech-
410 zehn es nicht spielen und spielen es trotzdem. So ich glaube, dass Medienpädagogik
411 sich eine andere Frage stellen muss und weniger nach der Altersgrenze. #00:30:04-

412 8#

413

414 I: Was war darüber hinaus noch Teil des Fachtages? #00:30:06-4#

415

416 B: Viel ging es dieses Jahr auf jeden Fall um das Thema "E-Sport". Inwieweit Gaming
417 eben nicht mehr nur Gaming ist, sondern zum Sport wird. Auch eine spannende Ent-
418 wicklung weil da auf der einen Seite auch wahnsinnig viel passiert. "E-Sports" ja
419 schon ziemlich groß ist. Es gibt ja riesen Veranstaltungen, riesen Turniere mit vielen
420 tausend Zuschauern vor Ort und tausende oder Millionen "Streamern" also Leute, die
421 halt dann online zugucken. Alle großen Unternehmen aus der Telekommunikations-
422 branche, sei es jetzt die Telekom oder Samsung, sind irgendwie im "E-Sports" vertre-
423 ten. Fußballvereine, der FC Schalke ist da relativ groß. Die gründen ihre eigenen "E-
424 Sports-Teams". Also, das ist halt eine total spannende Entwicklung und auch da war
425 jetzt bei dem Fachkongress die Frage, wie kann man das für die Jugendhilfe nutzen?
426 Wie kann man "E-Sports" als Sportangebot nutzen, um mit Kindern und Jugendlichen
427 zu arbeiten? Das steckt glaube ich noch so ein bisschen in den Kinderschuhen. Jetzt
428 hier bei uns in Düsseldorf, da gibt es einen Träger, die einen, ein, das ist alles noch
429 in der Entwicklung aber quasi ein „E-Sports Jugendzentrum“ eröffnen wollen. Im Prin-
430 zip wirklich ein Ort wie im Jugendzentrum. Der aber eben als Kernthema "E-Sports"
431 hat, d.h. da werden dann wahrscheinlich viele Spielekonsolen stehen. Wahrscheinlich
432 ein Beamer und noch ein paar PCs oder so. Und ich weiß zwar noch nicht genau wie
433 das dann funktioniert. Aber da ist dann eben wirklich der Anlass, um mit den Kindern
434 und Jugendlichen in die Arbeit zu kommen, das Thema Gaming. Und da vielleicht
435 sogar ein Team zu gründen. Vielleicht sogar an Turnieren teilzunehmen. Das weiß
436 ich jetzt alles nicht genau wie das geplant ist. Da muss man sicherlich erstmal Erfah-
437 rungen sammeln wie so etwas angenommen wird. Das ist auf jeden Fall ein spannen-
438 des Thema. Ich glaube dass "E-Sports" generell ein Thema ist. In Deutschland ist es
439 noch nicht als Sport anerkannt. In vielen anderen Ländern schon. Das hat tatsächlich
440 auch viele Auswirkungen, das geht jetzt zwar etwas vom Thema weg, aber das ist
441 eine ganz spannende Diskussion, was das heißt. Weil es eben viel um, was das heißt,
442 dass "E-Sports" als Sport anerkannt wird. Da geht es halt viel um Fördergelder. Da
443 geht es aber zum Beispiel auch um Visa Vergabe, man kriegt als Sportler leichter ein
444 Visa, um in ein bestimmtes Land einzureisen als als nicht Sportler. Es gab halt schon
445 Fälle, wo eben Leute aus bestimmten Teams nicht zu Turnieren fahren konnten. Oder
446 die dann halt irgendwie nicht mitfahren durften, nicht mit in das Land fahren durften,
447 weil sie kein Visum bekommen haben und so. Das ist einfach eine ganz spannende
448 Entwicklung. Weil ich glaube, dass das auf jeden Fall zunehmen wird. Man sieht ja
449 jetzt schon mal "E-Sports" bei "ProSieben Maxx" oder so, wirklich im Fernsehen. Das
450 dann auch zunehmen wird. Also ich könnte mir vorstellen, dass vielleicht nicht nächs-
451 tes Jahr und vielleicht auch noch nicht übernächstes Jahr, aber das irgendwann ge-

452 nauso wie jetzt in der Sportschau Samstagabend, dritte Liga, zweite Liga, Frauen-
453 bundesliga, gibt es vielleicht irgendwann auch die Highlights aus irgendwie der "E-
454 Sports-Liga" oder so. Das ist jetzt noch irgendwie nicht so richtig vorstellbar (lachen),
455 also ich kann mir sehr viel vorstellen aber sowas ja irgendwann, ja oder "E-Sports"
456 irgendwann mal olympisch wird. Also ich glaube da sind die Hürden noch groß. Da
457 wird noch einiges passieren müssen. Aber ich glaube schon, dass "E-Sports", dass
458 das ein großes Ding wird. #00:33:15-7#

459

460 I: Ok, vielen Dank. Dann wäre es das sogar schon von meiner Seite aus. Gibt es jetzt
461 von deiner Seite aus noch etwas, einen Aspekt wo du jetzt sagst, der ist wichtig, den
462 habe ich jetzt in meinen Fragen nicht bedacht? Wenn man jetzt an das Thema Fortnite
463 und gerade deine Arbeit im Jugendring denkt? #00:33:37-9#

464

465 B: Jetzt habe ich so viel erzählt. Ich glaube, wir haben zumindest nichts Wichtiges
466 vergessen. Was ich dir auf jeden Fall noch empfehlen würde, ist das, was ich jetzt
467 auch schon ein paar Mal gesagt habe, das Stichwort Geländespiele und Fortnite. Das
468 finde ich halt total spannend wie man das schafft, diese Faszination die Kinder und
469 Jugendliche und die Motivation an dem Spiel haben, wie man das schafft, mit aufzu-
470 nehmen, in den Wald zu gehen und auf irgendein Gelände und quasi ähnlich wie in
471 Fortnite, sowas halt in echt nachzuspielen. Da kann man dann überlegen, ob man
472 das mit Waffen und schießen macht oder mit sammeln, also mehr so das "Craften"
473 und "Looten" irgendwie in den Vordergrund stellt. Das finde ich total spannend und
474 da gibt es ein ganz gutes Beispiel, das kann ich dir vielleicht auch grade einfach schi-
475 cken. Das kannst du dir auf jeden Fall mal angucken. Das ist von „Zahnrad“, heißt
476 das. Das ist eine Jugendfreizeiteinrichtung in Pulheim oder so. Und die haben zusam-
477 men mit dem Verein Waldritter e.V., quasi ein Fortnite-Spiel, ein analoges "Reallife-
478 Fortnite-Spiel" sich ausgedacht. Und das halt mit den Kindern zusammengebaut und
479 entwickelt und dann eben auch gespielt. Das fand ich schon ziemlich cool. Vielleicht
480 passt das ja irgendwie auch in deine Arbeit. #00:34:52-8#

481

482 I: Ja, das ist auf jeden Fall ein ganz toller Hinweis. Also das kann ich mit Sicherheit
483 mit einbauen. #00:34:59-1#

484

485 B: Ich kann dir gleich den Link noch mitschicken, aber „Zahnrad“ heißt die Einrichtung
486 und Waldritter ist der Verein, mit denen die das zusammen gemacht haben. Das sind
487 im Wesentlichen zwei Männer, die sich das ausgedacht haben. Die da eben Spaß
488 daran hatten und Bock draufhatten. Die haben das jetzt auf der „gamescom“ mal vor-
489 gestellt. Die sind also, wenn du die auch befragen möchtest oder Fragen an die hast,
490 die waren eigentlich sehr offen und haben sehr gerne darüber erzählt und so.
491 #00:35:26-6#

492

493 I: Ok, ja vielen Dank. Das schaue ich mir auf jeden Fall an. #00:35:27-7#

494

495 B: Ansonsten bin ich auf jeden Fall gespannt (lachen) auf deine Arbeit und hoffe, dass
496 wenn sie denn dann irgendwann steht ich vielleicht mal einen Blick reinwerfen darf.
497 Wenn das alles so formal durch ist. #00:35:39-5#

498

499 I: Genau ja, sehr gerne. Ich würde kurz das Aufnahmegerät abschalten. Nochmals
500 vielen Dank für das Gespräch und die Beantwortung meiner Fragen. #00:35:44-5#

Literaturverzeichnis

BARBERI, Alessandro, 2017. Von Kompetenz, Medien und Medienkompetenz. Dieter Baackes interdisziplinäre Diskursbegründung der Medienpädagogik als Subdisziplin einer sozialwissenschaftlich orientierten Kommunikationswissenschaft. In: Christine TRÜLTZSCH-WIJNEN, Hrsg. *Medienpädagogik: Eine Standortbestimmung*: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, 143-162.

BEHR, Katharina-Maria, 2009. *Kreativer Umgang mit Computerspielen. Die Entwicklung von Spielmodifikationen aus Aneignungstheoretischer Sicht*. Universität Zürich.

BOGNER, Alexander, 2009. *Experteninterviews: Theorien, Methoden, Anwendungsfelder*. 3., grundlegend überarbeitete Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

BPB, 2018. *Computerspiele: Basisinformationen und praktische Tipps zum pädagogischen Umgang* [Online-Quelle]. 3., vollständig überarbeitete Ausgabe. Bonn. Verfügbar unter: https://www.bpb.de/system/files/dokument_pdf/Spielbar_Broschuere_Web_2018-04-06.pdf

BPB, 2019a. *Crafting* [Online-Quelle]. Verfügbar unter: <https://www.spielbar.de/149873/crafting>

BPB, 2019b. *Emote* [Online-Quelle]. Verfügbar unter: <https://www.spielbar.de/149833/emote>

BPB, 2019c. *Gamification* [Online-Quelle]. Verfügbar unter: <https://www.spielbar.de/ratgeber/wissen/145155/gamification>

BPB, 2019d. *Loot* [Online-Quelle]. Verfügbar unter: <https://www.spielbar.de/ratgeber/wissen/145132/loot>

BPB, 2019e. *Multiplayer* [Online-Quelle] [Zugriff am 30.09.2019]. Verfügbar unter: <https://www.spielbar.de/ratgeber/wissen/146965/multiplayer>

BPB, 2019f. *Skill* [Online-Quelle]. Verfügbar unter: <https://www.spielbar.de/ratgeber/wissen/145066/skill>

BPB, 2019g. *Twitch* [Online-Quelle]. Verfügbar unter: <https://www.spielbar.de/ratgeber/wissen/146976/twitch>

BUNDESVERBAND DIGITALE WIRTSCHAFT, 2017. *Bedeutung von Influencer Marketing in Deutschland 2017* [Online-Quelle] [Zugriff am 06.09.2019]. Verfügbar

unter: https://www.bvdw.org/fileadmin/bvdw/upload/studien/171128_IM-Studie_final-draft-bvdw_low.pdf

CARITAS MÜNSTER, 2019. *Was macht die Faszination von Fortnite aus?* [Online-Quelle]: *Eltern- und Jugendberatung* [Zugriff am 22.10.2019]. Verfügbar unter: <https://beratungsstelle-muenster.de/was-macht-die-faszination-von-fortnite-aus/>

COMPUTERPROJEKT KÖLN E.V., 2019. *Games im Fokus der Jugendhilfe* [Online-Quelle] [Zugriff am 02.09.2019]. Verfügbar unter: <https://www.jugendmedienkultur-nrw.de/games/>

DALLMANN, Christine, 2017. Rezeptive Medienarbeit. In: Bernd SCHORB, Anja HARTUNG-GRIEMBERG und Christine DALLMANN, Hrsg. *Grundbegriffe Medienpädagogik*. 6., neu verfasste Auflage. München: KoPäd-Verl., 363-366.

EPIC GAMES GERMANY GMBH, 2019a. Battle Pass: Screenshot.

EPIC GAMES GERMANY GMBH, 2019b. *Battle Royale* [Online-Quelle] [Zugriff am 04.10.2019]. Verfügbar unter: <https://www.epicgames.com/fortnite/de/faq>

EPIC GAMES GERMANY GMBH, 2019c. *Der Fortnite World Cup* [Online-Quelle]: *Ein Turnier, das Rekorde bricht* [Zugriff am 07.10.2019]. Verfügbar unter: <https://www.epicgames.com/fortnite/competitive/de/news/the-fortnite-world-cup-a-record-setting-tournament>

EPIC GAMES GERMANY GMBH, 2019d. *Fortnite Kapitel 2* [Online-Quelle] [Zugriff am 16.10.2019]. Verfügbar unter: <https://www.epicgames.com/fortnite/de/chapter2>

EPIC GAMES GERMANY GMBH, 2019e. *Patch-Notes V.10.10* [Online-Quelle] [Zugriff am 01.10.2019]. Verfügbar unter: <https://www.epicgames.com/fortnite/de/patch-notes/v10-10-patch-notes>

EPIC GAMES GERMANY GMBH, 2019f. *Saison X* [Online-Quelle]: *Gegen die Zeit* [Zugriff am 07.10.2019]. Verfügbar unter: <https://www.epicgames.com/fortnite/de/battle-pass/season-x>

EPIC GAMES GERMANY GMBH, 2019g. *Was ist der Battle Pass?* [Online-Quelle] [Zugriff am 06.09.2019]. Verfügbar unter: <https://www.epicgames.com/fortnite/de/faq>

EVANGELISCHE JUGENDREFERAT DÜSSELDORF, 2019. *Games im Fokus der Jugendhilfe* [Online-Quelle] [Zugriff am 02.09.2019]. Verfügbar unter: <https://www.ejdus.de/2019/08/26/games-im-fokus-der-jugendhilfe/>

FLEISCHER, Sandra und Daniel HAJOK, 2016. *Einführung in die medienpädagogische Praxis und Forschung: Kinder und Jugendliche im Spannungsfeld der Medien*: Beltz Juventa.

FLEISCHER, Sandra und Daniel HAJOK, Hrsg., 2019. *Medienerziehung in der digitalen Welt: Grundlagen und Konzepte für Familie, Kita, Schule und Soziale Arbeit*. Stuttgart: Kohlhammer.

FORSA POLITIK- UND SOZIALFORSCHUNG GMBH und DAK-GESUNDHEIT, 2019. *Geld für Games - wenn Computerspiel zum Glücksspiel wird: Ergebnisse einer Befragung von Kindern und Jugendlichen im Alter von 12 bis 17 Jahren* [Online-Quelle]. Berlin [Zugriff am 30.09.2019]. Verfügbar unter: <https://www.dak.de/dak/download/computerspielsucht-2103404.pdf>

FROMME, Johannes, 2017. Computerspiele. In: Bernd SCHORB, Anja HARTUNG-GRIEMBERG und Christine DALLMANN, Hrsg. *Grundbegriffe Medienpädagogik*. 6., neu verfasste Auflage. München: KoPäd-Verl., 66-74.

FUß, Susanne und Ute KARBACH, 2014. *Grundlagen der Transkription: Eine praktische Einführung*. Opladen: Budrich.

GAME - VERBAND DER DEUTSCHEN GAMES-BRANCHE E.V., 2019. *Jahresreport der deutschen Games-Branche 2019* [Online-Quelle]. Berlin [Zugriff am 06.09.2019]. Verfügbar unter: https://www.game.de/wp-content/uploads/2018/08/game-Jahresreport-2019_web.pdf

GAUMANN, Ann-Kristin, 2018. *Fortnite: Battle Royale: Spielebeurteilung* [Online-Quelle]. Bonn [Zugriff am 30.09.2019]. Verfügbar unter: <https://www.spielbar.de/spiele/149415/fortnite-battle-royale>

GLÄSER, Jochen und Grit LAUDEL, 2012. *Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen*. Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss.

GOOGLE IRELAND LIMITED, 2019. *Stadia Founder's Edition* [Online-Quelle] [Zugriff am 06.09.2019]. Verfügbar unter: https://store.google.com/product/stadia_founders_edition

GRIEFAHN, Monika, 2010. Computerspiele als Kulturgut? In: Sonja GANGUIN und Bernward HOFFMANN, Hrsg. *Digitale Spielkultur*. München: KoPäd-Verl., 31-35.

GRUNE, Jan, 2019. *Gemeinsam kreativ in Fortnite* [Online-Quelle] [Zugriff am 07.10.2019]. Verfügbar unter: <https://www.spielbar.de/149889/gemeinsam-kreativ-in-fortnite>

HAJOK, Daniel, 2019. Medienerziehung als Thema von Kinder-, Jugend- und Erziehungshilfen. In: Sandra FLEISCHER und Daniel HAJOK, Hrsg. *Medienerziehung in der digitalen Welt: Grundlagen und Konzepte für Familie, Kita, Schule und Soziale Arbeit*. Stuttgart: Kohlhammer, 194-208.

HEINZ, Daniel, 2019. *Jugendmedienschutz und digitale Spiele* [Online-Quelle] [Zugriff am 01.10.2019]. Verfügbar unter: <http://www.bpb.de/apuz/294442/jugendmedienschutz-und-digitale-spiele?p=all>

HEINZEN, Udo, 2019. *Games im Fokus der Jugendhilfe* [Online-Quelle] [Zugriff am 07.11.2019]. Verfügbar unter: <https://www.ejdus.de/2019/08/26/games-im-fokus-der-jugendhilfe/>

HEROLD, Michael, 2018. *Fortnite im WM-Finale* [Online-Quelle]: *Antoine Griezmann jubelt mit Fortnite-Emote* [Zugriff am 07.10.2019]. Verfügbar unter: <https://www.gamestar.de/artikel/fortnite-im-wm-finale-antoine-griezmann-jubelt-mit-fortnite-emote,3332346.html>

HEROLD, Michael, 2019. *Item Shop* [Online-Quelle] [Zugriff am 07.10.2019]. Verfügbar unter: <https://www.gamestar.de/artikel/fortnite-item-shop-17-05,3344111.html>

HEßDÖRFER, Nadine, 2019. *DAK-Studie zu Computerspielen: 465.000 Jugendliche sind Risiko-Gamer* [Online-Quelle] [Zugriff am 07.11.2019]. Verfügbar unter: <https://www.jugendhilfeportal.de/jugendschutz/artikel/dak-studie-zu-computerspielen-465000-jugendliche-sind-risiko-gamer/>

HURRELMANN, Klaus und Ullrich BAUER, 2015. *Einführung in die Sozialisations-theorie: Das Modell der produktiven Realitätsverarbeitung*. 11. Aufl. Weinheim: Beltz.

JOECKEL, Sven, 2018. *Computerspiele: Nutzung, Wirkung und Bedeutung*. Wiesbaden: Springer VS.

JUGENDRING DÜSSELDORF, 2019. *Düsseldorfer Jugendmedientage* [Online-Quelle] [Zugriff am 02.09.2019]. Verfügbar unter: http://www.jugendring-duesseldorf.de/verbandszeug/news/einzelnachricht/?tx_ttnews%5Btt_news%5D=1388&cHash=f14d480d38b1747f5a774cdb6c334160

JUGENDSCHUTZ.NET, 2018. *Fortnite: Battle Royale - Überleben bis zum Schluss* [Online-Quelle]: *Faszination und Risiken des Onlinespiels für Kinder und Jugendli-*

che [Zugriff am 24.10.2019]. Verfügbar unter: https://www.hass-im-netz.info/fileadmin/user_upload/Snippet_News_Dokumente/2018-04-13_Themenpapier_Fortnite_Battle_Royale_UEberleben_bis_zum_Schluss.pdf

JUST, Christian, 2018. *V-Bucks in Fortnite* [Online-Quelle]: *So kommt man an die Premium-Währung* [Zugriff am 07.10.2019]. Verfügbar unter: <https://www.gamestar.de/artikel/v-bucks-in-fortnite-so-kommt-man-an-die-premium-waeh-rung,3327813.html>

KIEL, Nina, 2017. Mehr als nur Lara Croft: Das Geschlecht in Computerspielen. *Politik & Kultur - Zeitung des Deutschen Kulturrates*. (5), 23.

KLICKSAFE.DE, 2015. *Elternabend Computerspiele* [Online-Quelle]: *Handreichung für Referentinnen und Referenten* [Zugriff am 16.10.2019]. Verfügbar unter: <https://www.klicksafe.de/service/elternarbeit/handreichungen-elternabend/#c10728>

KÖBERLEIN, Matthias, 2019. *Kosten digitaler Spiele* [Online-Quelle] [Zugriff am 04.10.2019]. Verfügbar unter: <https://www.spielbar.de/149966/kosten-digitaler-spiele>

KUCKARTZ, Udo, 2016. *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung*. 3., überarbeitete Aufl. Weinheim: Beltz Juventa.

KUITTINEN, Jussi, Annakaisa KULTIMA, Johannes NIEMELÄ und Janne PAAVILAINEN, 2007. *Casual Games Discussion*. University of Tampere.

LAMPERT, Claudia, Christiane SCHWINGE, Rudolf KAMMERL und Lena HIRSCHHÄUSER, 2012. Computerspiele(n) in der Familie: Computerspielesozialisation von Heranwachsenden unter Berücksichtigung genderspezifischer Aspekte. *LfM-Dokumentation*. 47.

LANDESMEDIENZENTRUM BADEN-WÜRTTEMBERG, 2019. *ComputerSpiel-Schule* [Online-Quelle]: *Projektbeschreibung* [Zugriff am 02.09.2019]. Verfügbar unter: <http://computerspielschule-stuttgart.de/projektbeschreibung/>

LORBER, Martin, 2017. Es braucht viel Zeit und viele Menschen: Wie ein Computerspiel entsteht. *Politik & Kultur - Zeitung des Deutschen Kulturrates*. (5), 21.

MAYRING, Philipp, 2015. *Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken*. 12., Neuauflage, 12., vollständig überarbeitete und aktualisierte Aufl. Weinheim: Beltz Juventa.

MEDIEN+BILDUNG.COM GGMBH, 2019. *Spielend Lernen* [Online-Quelle]: 17 innovative Games-Konzepte für Schule und Jugendbildung [Zugriff am 16.10.2019]. Verfügbar unter: https://medienundbildung.com/uploads/tx_ttproducts/datasheet/Spielend-lernen19_web72.pdf

MEDIENANSTALT HAMBURG / SCHLESWIG-HOLSTEIN, 2019. Die wollen doch nur spielen!: Aber wenn Kinder gamen, sollten Eltern die Spielregeln festlegen. *scout Das Magazin für Medienerziehung*. (1).

MPFS und LFK BW, 2018. *JIM-Studie 2018: Jugend, Information, Medien* [Online-Quelle]. Stuttgart. Verfügbar unter: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2018/Studie/JIM_2018_Gesamt.pdf

MÜLLER-LIETZKOW, Jörg, 2006. Sport im Jahr 2050: E-Sport!: oder: Ist E-Sport Sport? *merz medien + erziehung zeitschrift für medienpädagogik*. (6), 102-112.

PEGI, 2018. *Fortnite* [Online-Quelle] [Zugriff am 02.10.2019]. Verfügbar unter: <https://pegi.info/search-pegi?q=fortnite>

PROJEKTBURO SCHAU HINI!, 2019. *Fortnite-Hype: Was spielt mein Kind da?* [Online-Quelle] [Zugriff am 23.10.2019]. Verfügbar unter: <https://www.schauhin.info/grundlagen/fortnite-hype-was-spielt-mein-kind-da>

RÖSCH, Eike, 2017. Aktive Medienarbeit. In: Bernd SCHORB, Anja HARTUNG-GRIEMBERG und Christine DALLMANN, Hrsg. *Grundbegriffe Medienpädagogik*. 6., neu verfasste Auflage. München: KoPäd-Verl., 9-14.

SAMSUNG ELECTRONICS AUSTRIA GMBH, 2018. *Fortnite: Galaxy Skin für Galaxy Note9 und Galaxy Tab S4* [Online-Quelle] [Zugriff am 07.10.2019]. Verfügbar unter: https://www.samsung.com/at/discover/Fortnite_galaxy_skin/

SANDER, Uwe, Friederike GROSS, Friederike von GROSS und Kai-Uwe HUGGER, 2008. *Handbuch Medienpädagogik: VS Verlag für Sozialwissenschaften*.

SCHAUMBURG, Heike und Doreen PRASSE, 2019. *Medien und Schule: Theorie--Forschung-- Praxis*. Bad Heilbrunn: Verlag Julius Klinkhardt.

SCHEIBE, Katrin, Franziska ZIMMER und Kaja J. FIETKIEWICZ, 2017. Das Informationsverhalten von Streamern und Zuschauern bei Social Live-Streaming Diensten am Fallbeispiel YouNow. *Information - Wissenschaft & Praxis*. **68**(5-6), 352-364.

SCHILLER, Friedrich, 1795. *Über die ästhetische Erziehung des Menschen, in einer Reihe von Briefen* [Online-Quelle] [Zugriff am 07.11.2019]. Verfügbar unter: http://www2.ibw.uni-heidelberg.de/~gerstner/Schiller_Aesthetische_Erziehung.pdf

SCHMIDT, Sascha, 2018. *Fortnite - Das Hype-Spiel unter der Lupe* [Online-Quelle] [Zugriff am 07.11.2019]. Verfügbar unter: <https://www.lmz-bw.de/nc/newsroom/aktuelle-beitraege-aller-bereiche/detailseite/fortnite-das-hype-spiel-unter-der-lupe/>

SCHOLZ, Victoria, 2019. *Fortnite - Battle Royale: Alle Waffen und ihre Werte für die Kampfarena* [Online-Quelle] [Zugriff am 01.10.2019]. Verfügbar unter: <https://www.giga.de/spiele/fortnite/tipps/fortnite-battle-royale-alle-waffen-und-ihre-werte-fuer-die-kampfarena/>

SCHORB, Bernd und Helga THEUNERT, 2000. Kontextuelles Verstehen der Medienaneignung. In: Ingrid PAUS-HAASE und Bernd SCHORB, Hrsg. *Qualitative Kinder- und Jugendmedienforschung: Theorie und Methoden; ein Arbeitsbuch*. München: KoPäd-Verl., 33-57.

SCHREIBER, Björn und Lidia de REESE, 2019. Medien in die Schule: Freie Materialien zur Begleitung, Sensibilisierung und Unterstützung Jugendlicher beim Medienumgang. In: Sandra FLEISCHER und Daniel HAJOK, Hrsg. *Medienerziehung in der digitalen Welt: Grundlagen und Konzepte für Familie, Kita, Schule und Soziale Arbeit*. Stuttgart: Kohlhammer, 157-166.

SPANHEL, Dieter, 2006. *Handbuch Medienpädagogik: Medienerziehung: Erziehungs- und Bildungsaufgaben in der Mediengesellschaft*. Stuttgart: Klett-Cotta.

SPIELERATGEBER NRW und STADT KÖLN, 2019. *Fortnite - Battle Royale. Digitale Spiele pädagogisch beurteilt*. (28), 26-27.

SPIELERATGEBER NRW, 2018. *Zahnrad Battle Royale* [Online-Quelle] [Zugriff am 03.11.2019]. Verfügbar unter: <https://www.spieleratgeber-nrw.de/Zahnrad-Battle-Royale.5588.de.1.html>

SPIELERATGEBER NRW, 2019a. *Fortnite: Battle Royale* [Online-Quelle] [Zugriff am 04.10.2019]. Verfügbar unter: <https://www.spieleratgeber-nrw.de/Test.5418.de.1.html>

SPIELERATGEBER NRW, 2019b. *Fortnite: Battle Royale erhält Alterskennzeichnung* [Online-Quelle] [Zugriff am 02.10.2019]. Verfügbar unter: <https://www.spieleratgeber-nrw.de/Battle-Royale-Modus-von-Fortnite-erhalt-Alterskennzeichnung.5852.de.1.html>

STIFTUNG DIGITALE SPIELEKULTUR und TH KÖLN, 2017. *Digitale Spiele in der Schule: Praxisbeispiele für den Unterricht* [Online-Quelle]. Berlin [Zugriff am 16.10.2019]. Verfügbar unter: <https://digitale-spielewelten.de/magazin/broschure-erschienen-digitale-spiele-in-der-schule/67>

STIFTUNG DIGITALE SPIELEKULTUR, 2019. *Bildung neu gestalten mit Games* [Online-Quelle] [Zugriff am 16.10.2019]. Verfügbar unter: <http://www.stiftung-digitale-spielekultur.de/broschuere-bildung-neu-gestalten-mit-games-erschienen/>

SÜSS, DANIEL, 2018. *Medienpädagogik: Ein Studienbuch zur Einführung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

TH KÖLN, 2018. *Digitale Spiele in der Jugendarbeit: Beispiele aus dem Projekt „Ethik und Games“* [Online-Quelle] [Zugriff am 03.11.2019]. Verfügbar unter: https://www.th-koeln.de/mam/bilder/hochschule/fakultaeten/f01/digitale_spiele_in_der_jugendarbeit_-_beispiele_aus_dem_projekt__ethik_und_games_.pdf

TILLMANN, Angela, 2017. Ethik & Games: Moral, Normen und Werte in digitalen Spielen. *Politik & Kultur - Zeitung des Deutschen Kulturrates*. (5), 23.

TRÜLTZSCH-WIJNEN, Christine, 2017a. Über das Primat der (Medien-)Kompetenz. In: Christine TRÜLTZSCH-WIJNEN, Hrsg. *Medienpädagogik: Eine Standortbestimmung*: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, 163-182.

TRÜLTZSCH-WIJNEN, Christine, Hrsg., 2017b. *Medienpädagogik: Eine Standortbestimmung*: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.

USK und STIFTUNG DIGITALE SPIELEKULTUR, o. J. *Elternratgeber Computerspiele* [Online-Quelle]. Berlin [Zugriff am 09.10.2019]. Verfügbar unter: <https://usk.de/die-usk/broschueren/>

USK, 2019a. *Informationen der USK zu Fortnite* [Online-Quelle] [Zugriff am 02.10.2019]. Verfügbar unter: <https://usk.de/informationen-der-usk-zu-fortnite/>

USK, 2019b. *Kinder und Jugendliche schützen* [Online-Quelle]: *Alterskennzeichen für Computer und Videospiele in Deutschland* [Zugriff am 02.10.2019]. Verfügbar unter: <https://usk.de/die-usk/broschueren/>

VERTICAL MEDIA GMBH, 2019. *Publisher (Games)* [Online-Quelle] [Zugriff am 06.09.2019]. Verfügbar unter: https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/publisher-games?interstitial_click

WEBEDIA GAMING GMBH, 2019a. *Fortnite* [Online-Quelle] [Zugriff am 06.09.2019]. Verfügbar unter: <https://mein-mmo.de/fortnite/>

WEBEDIA GAMING GMBH, 2019b. *Tier* [Online-Quelle] [Zugriff am 07.09.2019]. Verfügbar unter: <https://mein-mmo.de/lexikon/tier/>

WIKIA, Inc., 2018. *Clash Royale Wiki* [Online-Quelle]: *Arenen* [Zugriff am 29.08.2019]. Verfügbar unter: <https://clashroyale.fandom.com/de/wiki/Arenen>

WINKLER, Sabine, 2019. *So verlief das erste Ingame-Konzert in „Fortnite“ mit DJ Marshmello* [Online-Quelle] [Zugriff am 07.10.2019]. Verfügbar unter: <https://www.welt.de/kmpkt/article188220315/Millionen-Fortnite-Zuschauer-bei-Ingame-Konzert-mit-DJ-Marshmello.html>

YOUTUBE, 2019a. *Eh Bee Family* [Online-Quelle]: *Fortnite Dance Challenge* [Zugriff am 07.10.2019]. Verfügbar unter: <https://www.youtube.com/user/ehbeefamily>

YOUTUBE, 2019b. *Ninja* [Online-Quelle]: *Videos* [Zugriff am 22.10.2019]. Verfügbar unter: <https://www.youtube.com/user/NinjasHyper>

ZAEFFERER, Arne, o. J. *Medienpädagogik* [Online-Quelle] [Zugriff am 02.09.2019]. Verfügbar unter: <http://www.arne-zaefferer.de/medienpaedagogik/>

Ehrenwörtliche Erklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe. Insbesondere versichere ich, dass ich alle wörtlich und sinngemäß übernommenen Stellen eindeutig kenntlich gemacht habe. Ich versichere auch, dass die Arbeit noch keiner anderen Stelle als Abschlussarbeit vorgelegt wurde.

Heilbronn, 10.11.2019

Ort, Datum

Unterschrift des Verfassers