



25. März 2010

## **MUNICH GAMING 2010 am 24. und 25. März**

Trackübergreifend – Generation Games: Wer spielt was? Die Zielgruppe im Fokus

### **Ich, du, wir**

**Gaming hat alle Altersgruppen, jede soziale Schicht, Männer gleichermaßen wie Frauen und überhaupt jeden erreicht, Spielen als soziale Interaktion anerkennen**

**München, 25. März 2010** – Nach wie vor sei die Diskussion um elektronische Spiele von Angst, Missverständnissen und überstürzten Schlussfolgerungen geprägt. Insbesondere Politiker zeichneten immer wieder ein falsches Bild von Menschen, die sich mit Computerspielen beschäftigten. Schnell würden Stereotype bedient – beispielsweise vom sozial isolierten, gewaltbereiten männlichen Jugendlichen als exemplarischen Hardcore-Gamer, als gesellschaftlichen Außenseiter. Die Realität zeige aber ein gänzlich anderes Bild, so Peter Warman, Managing Director Newzoo, in seinem Einführungsvortrag während des Abschluss-Panels der diesjährigen MUNICH GAMING.

Menschen, die Konsolen-, PC- oder Online-Games spielten, würden sich in den seltensten Fällen selbst als Gamer oder gar Hardcore-Gamer bezeichnen. Für sie gehöre das Spielen zu einer alltäglichen Freizeitbeschäftigung, sie bauten diese Spiele ganz selbstverständlich in ihren Tagesrhythmus ein. So sei es auch erklärbar, dass die meisten Spieler gleichzeitig unterschiedliche Plattformen, Endgeräte oder Spielgenres nutzten – je nachdem, ob sie sich entspannen, ein Strategiespiel lösen oder ein Rollenspiel zusammen mit Freunden oder Bekannten aus sozialen Netzwerken spielen wollen.

Spiele wie „World of Warcraft“ seien bei näherer Betrachtung durchaus dazu geeignet, die Persönlichkeit des Spielers zu stärken und dessen Schlüsselqualifikationen zu erweitern. Im Game müssten Spieler gemeinsam Probleme lösen, kooperieren, effektiv arbeiten, eigene Entscheidungen überdenken. Warman: „Das sind alles Eigenschaften, wie sie in jeder Stellenbeschreibung für einen CEO gefordert werden.“

Inzwischen würden jeweils über 50 % jeder Altersgruppe angeben, hin und wieder oder gar regelmäßig elektronische Spiele zu nutzen. Im Verlauf der letzten sieben bis acht Jahre habe sich durch die Ausdifferenzierung der Endgeräte und Plattformen sowie durch die Erweiterung der Spielgenres und entsprechenden Abrechnungsmodellen eine Situation eingestellt, wo Acht- bis Achtzigjährige, Frauen und Männer, formal höher oder formal weniger qualifizierte Menschen Games nicht nur akzeptieren, sondern selbst aktiv nutzen. Jede Spielform habe dabei mittlerweile ein Millionenpublikum erreicht. Eine Segmentierung der Gamer nach Plattformen, Spieltyp oder Intensität der Nutzung sei heute weder möglich noch sinnvoll. Gaming sei zum gesellschaftlich anerkannten Medienhandeln geworden.

Dieses Resümee konnte im Anschluss an die Präsentation auch John Friedmann (alias Erkan aus dem ehemaligen Comedy-Duo Erkan & Stefan) bekräftigen. Für ihn seien Spiele Normalität – waren es schon immer. Es hätten sich lediglich die Formen des Spiels geändert. Gaming gehöre unbedingt zum Erwachsenwerden – aber auch zum Leben älterer Menschen.

Dass dabei die Diskussion oft auf Aspekte der Gewaltdarstellung in Spielen verkürzt werde, sei für ihn nicht nachvollziehbar. Medien, mit denen Kinder und Jugendliche aufwachsen würden, hätten immer schon die Gewalt gespiegelt, die Teil der gesellschaftlichen Realität sei. Man könne ein reales Phänomen nicht ausblenden und einfach verbieten. Besser sei es hingegen, sich offensiv und kritisch damit auseinanderzusetzen und Heranwachsende zu ermutigen, sich mit dem Thema umfassend und selbstbewusst zu beschäftigen.

Die Aufforderung, sich kritisch aber offen mit allen Fragen des Gaming zu befassen, konnte als ein Schlusswort des zweitägigen Fachkongresses MUNICH GAMING, der vom 24. bis 25. März im Forum der Technik am Deutschen Museum in München stattfand, gelesen werden. Mehr als 300 Referenten, Experten und Gäste haben während der beiden Veranstaltungstage über aktuelle Entwicklungen innerhalb der Branche diskutiert – vor allem aber tragfähige Zukunftskonzepte für eine weiterhin prosperierende Branche entworfen.

Der Fachkongress „Munich Gaming“ wird von der Medientage München GmbH durchgeführt. Die Gesamtveranstaltung ist eine Initiative der Chillingsten GmbH.