

Bernhard Runzheimer

Jens Frieling: Virtuelle Güter in Computerspielen: Grundlagen, Konsum und Wirkungen von Games

2018

<https://doi.org/10.17192/ep2018.2-3.7909>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Runzheimer, Bernhard: Jens Frieling: Virtuelle Güter in Computerspielen: Grundlagen, Konsum und Wirkungen von Games. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 35 (2018), Nr. 2-3. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2018.2-3.7909>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution 3.0/ License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Jens Frieling: Virtuelle Güter in Computerspielen: Grundlagen, Konsum und Wirkungen von Games

Glückstadt: Werner Hülsbusch 2017, 321 S., ISBN 9783864881152, EUR 30,80

(Zugl. Dissertation an der Europauniversität Flensburg, 2016)

Die Dissertation von Jens Frieling widmet sich dem Verhalten von Konsument_innen virtueller Güter in digitalen Spielen, unter anderem in Online-MMORPGs wie *Guild Wars 2* (2012) und *League of Legends* (2009) oder freien Online-Welten wie *Second Life* (2003) und *Habbo Hotel* (2000). Der Begriff ‚virtuelle Güter‘ bezieht sich demnach nicht nur auf funktionale und dekorative digitale Gegenstände für Avatare, sondern auch auf digitale Immobilien und Dienstleistungen, die in den Spielen zu finden sind. Frieling verfolgt einen interdisziplinären Ansatz und fokussiert insbesondere Aspekte der Markt- und Verhaltensforschung, um anhand der Nutzungs- und Kaufmotivation von Spieler_innen eine theoretische Grundierung zu schaffen, welche im zweiten Teil des Buches mittels Interviews empirisch gestützt wird. Zu diesem Zweck wird im ersten Teil der Studie eine detaillierte Rahmung des Vorhabens geleistet, das um die zentrale Frage „Warum kaufen beteiligte Verbraucher virtuelle Güter?“ (S.13) kreist. Anschließend werden zentrale Begrifflichkeiten definiert, die für den weiteren Verlauf essenziell sind: zum Beispiel, welche Arten von Online-Welten und virtuellen Gütern es gibt, welche Marktvoraussetzungen dafür gegeben sein müssen und schließ-

lich, welches Verhalten die Kaufmotivation positiv oder negativ beeinflusst. Hier – und am äußerst umfangreichen Literaturverzeichnis, das gerade auch zahlreiche Quellen aus Disziplinen außerhalb der Game Studies enthält – wird bereits deutlich, dass das Buch einen anderen Schwerpunkt verfolgt als andere Vertreter der Game-Studies-Reihe aus dem Hülsbusch Verlag, die hier disziplinär einschlägiger positioniert sind. Fremde Begriffe aus anderen Disziplinen werden jedoch sehr präzise und ausführlich erläutert. Weiterhin erweist es sich auch als außerordentlich hilfreich, dass vereinzelte Thesen, Fragestellungen und kurze Sinnzusammenfassungen in den Kapiteln mittels Rahmung vom Rest des Textes abgetrennt sind und als methodischer roter Faden fungieren.

Dem theoretischen Unterbau folgt eine Modellentwicklung des Kaufprozesses und daraufhin die Beschreibung der empirischen Untersuchungsmethodik, die zwar wiederum sehr detailliert geschieht, aber auch erste Fragen am Vorgehen aufkommen lässt: Obwohl mit acht verschiedenen Spielen versucht wurde, ein breites Spektrum abzudecken, besteht die Gruppe der Interviewten lediglich aus 13 Personen, was als Datengrundlage für allgemeinere Erkenntnisse etwas dünn erscheint

beziehungsweise die „Betrachtung eines sehr kleinen Realitätsausschnitts“ (S.296) darstellt, wie Frieling im Fazit ebenfalls anmerkt. Umso interessanter sind die Einblicke in den digitalen Alltag der Spieler_innen im Alter von 16 bis 62 und deren Motivationsgründe, sich virtuelle Güter zu leisten. Diese im Buch in Auszügen transkribierten Interviews zeigen nicht nur schlaglichtartig die Relationen und Verhaltensmuster innerhalb der jeweiligen Online-Communities, sondern führten Frieling auch zu zusätzlichen Erkenntnisgewinnen, die über seinen formulierten Thesenkorpus hinausreichen, wie beispielsweise die Kategorie der „ökonomisch-rationalen Motive“ (S.201), welche den Kauf von virtuellen Gütern als Würdigung des Aufwands der Spieleentwickler_innen beinhaltet. Durch diese Erkenntnisgewinne lassen sich kleinere Flüchtighkeitsfehler im Buch – teils inkonsistente Probandenkürzel (vgl. S.259f.) oder Ungenauigkeiten in der Spielebenennung (z.B. „Anno“ [S.242]) – einfacher verzeihen. Zusammenfassend gibt das Buch einen schönen Einblick in ein bisher eher abseitig behandeltes, aber der-

zeit hochaktuelles Feld der digitalen Spiele. Durch den interdisziplinären Ansatz bekommen die Leser_innen zudem die Möglichkeit, sich abseits bereits bekannter Pfade mit anderen Aspekten des Gamings auseinanderzusetzen, die in den derzeit am häufigsten rezipierten Publikationen eher nicht vertreten sind. Somit ist es fast ein wenig schade, dass in Frielings Buch andere virtuelle Güter, wie beispielsweise die digitalen Sammelkarten auf der Spieleplattform Steam, keine Erwähnung finden. Diese erhalten die Spieler_innen durch die Investition von reiner Spielzeit und können sie anschließend tauschen und sogar – gegen echtes Geld – an andere Spieler_innen verkaufen. Weiterhin wäre es interessant gewesen, einen Einblick in die Korrelation von Apps bei Kindern beziehungsweise Jugendlichen und deren Nutzungs- und Kaufverhalten zu bekommen, was aber aufgrund des Umfangs nur schwer möglich gewesen wäre – dies bietet aber vielleicht eine lohnenswerte Anschlussgrundlage für künftige Publikationen.

Bernhard Runzheimer (Marburg)