

Virtuelle Welten, Online-Spiele und ihre Communities

Dokumentation zum Workshop V der Fachtagung
„Das können doch nur meine Freunde sehen...“ – Digitale Netzwerke und Web 2.0 im Alltag
von Jugendlichen

29. September 2009
Stuttgart
AJS Baden-Württemberg

Christoph Klimmt
Institut für Publizistik
Johannes Gutenberg-Universität Mainz
klimmt@uni-mainz.de

Einführung

Online-Games sind Computerspiele, die die Interaktion zwischen mehreren (vielen) Spieler/inne/n an zentraler Stelle einbinden. Wurden Computerspiele vor fünf Jahren noch überwiegend ohne eine Verbindung mit dem Internet genutzt, so ist in jüngerer Zeit ein Wandel hin zum Spielen „im“ und „über das“ Internet zu beobachten. Zum einen ist dies mit der zügigen Verbreitung von Hochleistungs-Internetanschlüssen zu erklären; zum anderen manifestiert sich darin die Tatsache, dass die Möglichkeit, mit anderen (und gegen andere) zu spielen, erheblich zum Unterhaltungswert von Computerspielen beiträgt.

Heute stehen Jugendlichen viele und sehr verschiedene Online-Spielwelten offen. Sie unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Rahmengeschichten, der Darstellung der Spielwelt, der Möglichkeiten und Aufgaben, die sie den Spieler/inne/n anbieten, und nicht zuletzt in der Art und Weise der Finanzierung. Einige typische und populäre Online-Spielwelten werden hinsichtlich dieser Aspekte kurz vorgestellt.

Travian (www.travian.de) ist ein so genanntes *Browserspiel*. Damit ist gemeint, dass das Spielprogramm alleine auf dem Großrechner (Server) des Spieleanbieters betrieben wird; die Spieler/innen müssen auf ihrem Computer keine Software installieren oder betreiben. Vielmehr dient der Internet-Browser (z. B. der Internet Explorer von Microsoft) als „Ort“ und „Fenster“ zum Spielen. Travian ist ein Strategiespiel, in dem es darum geht, im Zeitalter der Antike ein funktionierendes Staats- und Wirtschaftswesen aufzubauen, um es (zumeist in der Allianz mit den Imperien anderer Spieler) gegen äußere Feinde zu verteidigen sowie mit militärischen Mitteln den eigenen Einfluss in der Spielwelt zu vergrößern. Dazu stehen den Spielern zahlreiche Gestaltungsmöglichkeiten wie beispielsweise die Errichtung von Produktionsstätten und Verteidigungsanlagen zur Verfügung. Über Chatkommunikation können Allianzen mit anderen Spielern geschmiedet werden.

Travian kann kostenfrei gespielt werden. Wer sich beim Anbieter registriert, muss keinerlei Kaufpreis oder Gebühren entrichten. Das Spiel finanziert sich zum einen aus Werbung, die gelegentlich im Spiel eingeblendet wird; zum anderen existiert das Angebot einer ‚Premium‘-Mitgliedschaft. Gegen einen geringen monatlichen Betrag erhalten die Spieler verbesserte Spielfunktionen (z. B. Statistiken) und können „Travian“ noch intensiver bespielen oder ‚auskosten‘. Diese Gebühreneinnahmen von den besonders hoch involvierten Nutzern finanzieren dann den Spielbetrieb für die große Masse der Kostenfrei-Spieler mit.

Travian und viele andere Browser-Strategiespiele zeichnen sich dadurch aus, dass sie keine Pause kennen. Ist der Spieler abwesend (ausgelogged), gehen die Spielereignisse dennoch weiter, das Spiel „wartet nicht“. Während also ein jugendlicher Spieler in der Schule ist, könnte es passieren, dass ein Mitspieler (zum Beispiel jemand, der in einer anderen Zeitzone lebt und daher schon wieder oder noch zu Hause ist) einen Angriff auf die Hauptstadt des Spielers unternimmt. Browser-Spiele fordern daher dazu heraus, regelmäßig Kontroll-Besuche vorzunehmen und das Spielgeschehen in (kurzen) Abständen immer wieder zu überwachen. Eine eigene Umfragestudie (Klimmt, Schmid & Orthmann, 2009) ergab, dass viele „Travian“-Spiele über viele Monate oder gar mehrere Jahre aktiv sind, sich also mit viel Geduld und Ausdauer eine virtuelle Existenz und ein funktionierendes Netzwerk aus Kontakten zu anderen Nutzern errichtet haben.

„Metin 2“ ist ein Online-Rollenspiel mit Fantasy-Hintergrundschiene. Es handelt sich um einen so genannten Free-To-Play-Titel, das heißt, auch dieses Spiel kann ohne Kaufpreis oder sonstige Gebühren genutzt werden. Anders als „Travian“ müssen die Nutzer/innen jedoch eine so genannte Client-Software (kostenlos) herunterladen und installieren; diese Spielsoftware arbeitet dann mit dem Großrechner des Anbieters (die Karlsruher Firma GameForge) zusammen und erzeugt dann auf dem Rechner der Spieler eine dreidimensionale virtuelle Welt, in der jede/r Spieler/in durch einen digitalen Repräsentanten, den sogenannten Avatar, vertreten ist. Die Avatare können individuell bekleidet, bewaffnet, ausgerüstet und mit Fähigkeiten versehen werden. Sie wandern durch die Spielwelt und werden mit Aufgaben und Herausforderungen konfrontiert, beispielsweise mit angreifenden Monstern. Mit den Spielern, die durch andere Avatare vertreten sind, kann man sich über Chat oder Sprachkommunikation („Voice Over IP“) verständigen.

Solche Online-Rollenspiele (allein GameForge bietet etwa ein Dutzend verschiedener dieser Spielwelten an, die meisten in vielen verschiedenen Sprachen) finanzieren sich über den Verkauf so genannter Digital Items. Eine Basisausstattung für den eigenen Avatar ist kostenfrei zu bekommen, ebenso finden sich in der Spielwelt weitere (bessere) Ausrüstungsgegenstände wie etwa mächtigere Zauberschwerter. Zusätzlich gibt es aber die Möglichkeit, gegen geringe Beträge (oftmals weniger als einen Euro) Kleidungsstücke und Accessoires zu erwerben, die ansonsten nicht zu bekommen wären. Solche Individualisierungen bringen in der Regel keine Vorteile (im Sinne höherer Siegchancen o.ä.), ermöglichen aber eine stärkere Personalisierung der Spielerfahrung und eine sichtbare Abgrenzung des zahlenden Einzelspielers vom Rest der Spielerschaft.

„World of Warcraft“ (www.wow-europe.com) ist das vermutlich bekannteste und wirtschaftlich das mit Abstand erfolgreichste Online-Spiel. Ende des Jahres 2008 zählte es 11,5 Millionen registrierte Nutzer weltweit. Ähnlich wie bei „Metin 2“ geht es darum, durch seinen personalisierten Avatar Abenteuer in einer riesigen Spielwelt zu bestehen. In dem Fantasy-Szenario finden sich zahlreiche magische Figuren und Begebenheiten, Rätsel und Konflikte. Mit den anderen Spielern kommuniziert man über Chat und Voice over IP; solche Telefonie-Dienste sind sowohl in die Spielsoftware integriert als auch parallel dazu nutzbar (beispielsweise „TeamSpeak“). Zwar ist es auch möglich, „WoW“ im Alleingang zu nutzen, doch ergibt sich der Reiz dieses Spiels erst dadurch, sich mit anderen Spielerinnen zu verabreden und gemeinsam Aufgaben zu bewältigen. Dazu hält Anbieter „Blizzard“ Aufgaben (und ganze Storylines von Aufgabensequenzen) für Spielerteams unterschiedlicher Größe und Erfahrungsstufen bereit; so genannter High-End-Content ist nur für Gruppen zu bewältigen, die lange und häufig gemeinsam spielen und zu einem gut organisierten „Clan“ gewachsen sind.

Im Gegensatz zu Travian und Metin 2 kann man World of Warcraft nicht kostenfrei spielen. Vielmehr muss eine monatliche Abo-Gebühr entrichtet werden; sie beläuft sich je nach Länge

des Nutzungsvertrags auf 10,99 EUR bis 12,99 EUR. Auch Prepaid-Karten (ähnlich wie für Mobiltelefone) sind im Handel erhältlich.

„Second Life“ ist eine Online-Welt, die nicht als reines Computerspiel zu beschreiben ist. Zwar handelt es sich auch hier um eine virtuelle Umgebung, die man mit Hilfe eines persönlich konfigurierten Avatars erkunden kann. Doch gibt Anbieter „Linden Labs“ keine Rahmengeschichte und keine Spielaufgaben vor. Vielmehr lebt Second Life vom so genannten User Generated Content: Die Nutzer schaffen die virtuelle Welt selbst, indem sie Gebäude, Landschaften und Interaktionsmöglichkeiten konstruieren und auf „ihrem“ Territorium in Second Life für alle anderen Nutzer zugänglich machen. In diesem Sinne ist Second Life eher eine virtuelle Galerie, in der man sehr unterschiedliche Kreationen besichtigen und ausprobieren kann – vom virtuellen Einkaufsladen eines Sportschuhherstellers bis zu Mini-Spielen, die sich erfindungsreiche Privatnutzer ausgedacht haben. Kommuniziert wird hauptsächlich über Chat. Second Life hat eine eigene Währung („Linden Dollar“) und eine eigene Volkswirtschaft, mit der auch der Handel digitaler Güter abgewickelt werden kann. Über solche „In-Game“-Geschäfte und den Tausch von Linden Dollar in echtes Geld refinanziert sich der Anbieter, ebenso wie für den Verkauf größerer oder spezieller „Gebiete“ in der virtuellen Welt, etwa für Unternehmenspräsenzen.

„Habbo Hotel“ schließlich ist eine virtuelle Multi-User-Welt, die sich speziell an Kinder und jüngere Jugendliche wendet. Ähnlich wie Travian ist sie kostenfrei zu nutzen und wird im Browserfenster dargestellt. Die grafische Darstellung ist bewusst einfach und im Comic-Stil gehalten, es geht nicht um eine realitätsnahe oder beeindruckende Spielwelt, sondern um den Comedy- und Spaßaspekt. In der Welt von Habbo Hotel steht die Interaktion der Spieler mit anderen „Habbos“ im Mittelpunkt, Chatkommunikation wird in Sprechblasen dargestellt. Jeder Spieler kann seine virtuellen Räumlichkeiten individuell einrichten und ausstaffieren, dazu gibt es zahlreiche öffentliche Räume, in denen zum Beispiel Mini-Games ausgetragen werden, „Parties“ stattfinden oder die Avatare von realen Prominenten (z. B. Bands) auftreten. Das Refinanzierungsmodell von „Habbo Hotel“ basiert auf Werbung und vor allem Product Placement in der Spielwelt. Jugendauffine Produkte, beispielsweise Limonaden, lassen sich bei Events oder auch in der Architektur der Spielwelt interaktiv-multimedial inszenieren. Das deutschsprachige Habbo.de meldet im Jahr 2009 etwa 6 Millionen registrierte Nutzer, die als Werbekund für Markenartikel dienen können.

Kommunikation zwischen den Nutzern und spielbezogene virtuelle Communities

So unterschiedlich die virtuellen Online-Spielwelten im Detail auch sind, sie alle verbindet das Element der häufigen und vergnüglichen Kommunikation zwischen den Nutzer/inne/n. Der Austausch mit anderen Spielern kann auf unterschiedliche Weise zum Spielvergnügen beitragen, beispielsweise durch eine Steigerung der Erfolgswahrscheinlichkeiten bei Herausforderungen durch gegenseitige Unterstützung oder durch den Abbau von unangenehmen Unsicherheitsgefühlen bei der Erkundung eines fremden Spielareals, weil man ja nicht „allein unterwegs“ ist (Klimmt & Hartmann, 2008).

Dabei ist zu beachten, dass nur ein Teil – oftmals der geringere Teil – der Interplayer-Kommunikation direkt etwas mit dem aktuellen Spielgeschehen zu tun hat. Gerade durch häufiges Wiedersehen und Zusammenspielen entstehen soziale Bindungen, deren Bedeutung weit über den Spielkontext hinausreichen kann (Steinkuehler & Williams, 2006). Man unterhält sich über das Privatleben außerhalb des Spiels, holt fachkundigen Rat zu Alltagsproblemen ein, baut interpersonales Vertrauen auf. Online-Games werden auf diese

Weise zu einer Plattform der sozialen Beziehungsanbahnung und -pflege. Dabei spiegeln sich sowohl ‚face-to-face‘-Bekanntschaften – man trifft die Klassenkameraden auch wieder im Online-Rollenspiel – als auch Beziehungen zu geografisch entfernten ‚alten Freunden‘. Eine erhebliche Bandbreite ganz unterschiedlicher intensiver, gewachsener und verbindlicher Online-Beziehungen lässt sich bei den meisten Online-Spielern beobachten. Insgesamt erfüllen moderne Online-Games dank der großen Bedeutung der Interplayer-Kommunikation ähnliche Funktionen wie Social Network Sites (z. B. SchülerVZ).

Ein anderer wichtiger Aspekt der Interaktion zwischen Spielern ist die Organisation der Nutzer/innen in Teams, Vereinen, „Clans“ und „Gilden“. Erfahrene Spieler, denen der Fortschritt in der Spielwelt wichtig ist, schließen sich in solchen Vereinen zusammen, um durch koordiniertes Zusammenspiel auch die schwierigsten Aufgaben zu bewältigen. Aufgabenteilung und Spezialisierung sind dabei zum Teil bemerkenswert weit gediehen. Ablauforganisation und Verfahrensregeln sind zumeist schriftlich niedergelegt; Spieler-„Clans“ gleichen daher herkömmlichen Vereinen mit Beauftragten für verschiedene Aufgabengebiete. Spieler-Vereine bieten dem einzelnen Nutzer soziale Unterstützung und einen Anlaufpunkt in der Spielwelt, sie öffnen Chancen für Spielerfahrungen, die ansonsten nicht erreichbar wären, schaffen aber auch Anlässe zum Spielen und Trainieren, das nicht mehr nur freiwillig betrieben wird – wie andere Vereine auch übernehmen Funktionäre in Clans und Gilden Verpflichtungen, die beispielsweise die Anwesenheit in der Spielwelt zu bestimmten Zeiten erforderlich macht.

Anreizpotenziale virtueller Spiel-Welten

Der hohe zeitliche Aufwand, den viele Jugendliche beim Online-Spielen betreiben, lässt sich zum einen daraus erklären, dass es dabei nicht nur ums Spielen, sondern auch und gerade um den Kontakt zu den Peers geht (vgl. oben). Dazu kommen aber zahlreiche spielinhärente „Spaß“-Faktoren, die zur Motivation der häufigen und/oder ausdauernden Spielnutzung anregen. Die Umfragestudie von Yee (2006) hat eine umfangreiche Liste von Spielmotivationen bei Online-Gamern ermittelt; Yee schlägt eine Einteilung in drei Hauptgruppen vor, nämlich „Achievement“ (Leistung, Vorankommen, Besser sein), „Social“ (Mit anderen spielen, gegen andere spielen, Freunde kennenlernen und treffen) sowie „Immersion“ (u.a. Aufgehen in der Geschichte, Entdeckungen machen) vor. Ähnlich unterscheidet Richard Bartle (1996) vier Typen von Spielern, die sich an unterschiedlichen Facetten des Online-Gamings erfreuen: „Achievers“, „Explorers“, „Socializers“ und „Killers“, wobei letztere als besonders stark involvierte Spieler das Duell mit anderen Spielern („Player versus Player“) bevorzugen. Die Analyse des Spielspaßes beim (Online-)Gaming hat noch zahlreiche andere Ansätze hervorgebracht (im Überblick: Klimmt, 2006; Vorderer & Bryant, 2006; auch Quandt, Wimmer & Wolling, 2009). Insgesamt lässt sich konstatieren, dass Online-Games durch die Integration verschiedener Modi, unterhaltsam zu sein, besonders zuverlässig und besonders nachhaltig in der Erzeugung von Spielspaß sind. Durch die Kommunikation mit anderen Nutzern besteht zudem immer die Möglichkeit, zwischen einer stärker involvierten Spielweise (Erleben von Spielspaß im engeren Sinne) und der Nutzung des Online-Games als Beziehungsplattform hin- und herzuwechseln – beides würde als „Nutzung der Online-Spielwelt“ gelten, würde aber sehr unterschiedliche Motivationssysteme bedienen.

Risikopotenziale Virtueller Welten

Aufgrund der vielfältigen (und immer umfangreicher werdenden) Möglichkeiten zur Kommunikation mit anderen Nutzer/innen ergeben sich bei Online-Games aus Sicht des Jugendschutzes ähnliche Problemfelder wie bei Web 2.0-Angeboten mit ihrem hohen Anteil an user-generated content. Einbußen bei der informationellen Selbstbestimmung drohen durch Ausspähung persönlicher Informationen – man könnte eigentlich Fremden zu viel über sich anvertrauen, beispielsweise Wohnort, Telefonnummer oder persönliche Vorlieben. Zudem begünstigt die Anonymität und begrenzte Sanktionierbarkeit von Inter-Player-Interaktionen die gleichen unerfreulichen Phänomene, wie sie in anderen Formen der computervermittelten Kommunikation auftreten wie Cyberbullying und –mobbing. Gleichwohl dürfte die Fokussierung (fast) aller Nutzer auf die Spielumgebung (Kommunikation und Selbstdarstellung sind nicht die einzige oder hauptsächliche Funktion von Online-Games, anders als bei Social Network Sites etwa) diese Problemdimension begrenzen. Dennoch ist natürlich eine proaktiv-präventive Auseinandersetzung mit der Kommunikationssicherheit in Virtuellen Spielwelten sinnvoll und geboten.

Bei Online Games tritt allerdings eine andere Problemdimension hervor, die für die meisten bei jungen Menschen populären Web 2.0-Angebote nicht im gleichen Maße zu befürchten ist. Die Rede ist vom exzessiven Spielgebrauch oder der „Computerspielsucht“. Das enorme Motivationspotenzial von Online-Games wird als Ursache dafür gesehen, dass sich einige Nutzer/innen sehr viel häufiger und länger in virtuellen Spielwelten bewegen als es ihnen gut tun würde. Familiäre Konflikte, Schulminderleistungen, berufliche Schwierigkeiten, Schlafmangel, sogar Mangelernährung sind als Folgen exzessiven Spielgebrauchs beobachtet worden. An verschiedenen Kliniken sind mittlerweile psychiatrische Ambulanzen eingerichtet worden, um Betroffenen zu helfen. Auch stationäre Behandlungen wegen akuter Probleme, die mit dem massiven Online-Spielgebrauch in Verbindung stehen, wurden berichtet (te Wildt et al., 2007). Selbsthilfegruppen und Elterninitiativen (z. B. www.rollenspielsucht.de) warnen vor den Gefahren von Online-Games.

Die Forschung zum exzessiven Spielgebrauch steht noch in den Anfängen. Umfragestudien zeigen, dass ein sehr geringer Anteil der Spieler/innen von dem Problem betroffen ist. Eine kürzlich veröffentlichte niederländische Studie (Lemmens, Valkenburg & Peter, 2009) berichtet, dass etwa 1.5 % aller computerspielenden Jugendlichen in den Niederlanden den Symptomkatalog für eine suchtarartige Spielnutzung vollständig erfüllen. Rund 9 % der Befragten erfüllen die Hälfte der Symptome (müssen deshalb aber noch nicht als ‚suchtkrank‘, möglicherweise aber als gefährdet gelten). Andere Studien kommen zu ähnlich geringen Prävalenzraten.

Bezüglich der Ursachen und der Entstehung exzessiven Online-Spielgebrauchs liegen dagegen noch zu wenig belastbare Erkenntnisse aus der Forschung vor. Bisher scheinen vornehmlich (wenn nicht ausschließlich) Spieler mit originären psychischen Problemen oder Erkrankungen von der exzessiven Spielnutzung betroffen zu sein. Depressionen oder Angststörungen können die Zuwendung zu Online-Spielen begünstigen, weil hier zum einen Wohlbefinden hergestellt werden kann, diese (und andere) Störungen aber auch teilweise mit einer reduzierten Selbstregulationsfähigkeit einhergehen. In solchen Fällen ist die Selbststeuerung beeinträchtigt, die Entscheidungen, wann beispielsweise ein geeigneter Zeitpunkt wäre, die heutige Spielsitzung zu beenden, werden nicht mehr in zielführender (und selbstschützender) Weise getroffen. Personen mit solchen Selbststeuerungsproblemen sind der geballten Motivationskraft von Online-Spielen mit ihren vielfältigen Anreizen vermutlich geradezu hilflos ausgeliefert; sie ‚können nicht anders‘ als weiterzuspielen. Unklar ist dagegen, inwiefern Online-Welten auch solche Nutzer in die Gefahr dauerhaft exzessiven Spielens bringen, die keine originären psychischen Belastungsprofile aufweisen („de novo-

Erkrankung“). In jedem Fall sollte diese Problematik zwar ernst genommen werden und als Anlass dienen, Eltern auf die Notwendigkeit der altersangemessenen Regulierung kindlicher Computerspielnutzung aufmerksam zu machen. Doch sollte bei aller Vorsorge bedacht werden, dass nur sehr wenige Spieler dauerhafte Exzessivitätsprobleme entwickeln. Das schließt indes nicht aus, dass es bei deutlich mehr Jugendlichen zu vorübergehenden, sich selbst zurückregulierenden Erscheinungen kommen kann, etwa wenn für das Lieblings-Online-Spiel eine neue Erweiterung veröffentlicht wird, wie es demnächst für „World of Warcraft“ mit „Cataclysm“ wieder ansteht.

Pädagogische Perspektiven

Vielfach wird in der Debatte über (Online-)Computerpiele die Perspektive einer effektiveren Gefahrenabwehr (Stichwort „Killerspiele“) eingenommen. Zweifelsohne ist angesichts der nach wie vor wachsenden Beliebtheit von Online-Welten und der hohen Dynamik der Branche, die Innovationen – beispielsweise bei den Geschäftsmodellen – in schneller Folge hervorbringt, das Monitoring und die Verbesserung der spielebezogenen Medienkompetenz eine wichtige pädagogische Aufgabe für den Jugendmedienschutz (Klimmt, 2009).

Zugleich mehren sich aber die Ansätze, die an den Spielgebrauch von Jugendlichen anknüpfen, um über dieses Vehikel andere pädagogische Ziele zu verfolgen (z. B. Ritterfeld, Cody & Vorderer, 2009; Klimmt, 2008). Dabei lassen sich grob drei Stoßrichtungen unterscheiden.

- **Spieltätigkeit als Lernvehikel:** Durch die intelligente Integration von Lerninhalten sollen die Spieler bei der vergnüglichen Beschäftigung mit dem „serious game“ oder „edutainment“-Produkt gewissermaßen „nebenbei“ lernen.
- **Kommunikation über Spiele als Lernvehikel:** Die Inhalte und Eigenschaften von Computerspielen – gerade auch der populären Online-Games, die Jugendliche in ihrer Freizeit nutzen – können in Instruktionssettings thematisiert werden, um über deren Darstellung, Reflexion und Diskussion pädagogische Ziele zu verfolgen. So könnte beispielsweise die Darstellung von männlichen und weiblichen Charakteren in Online-Games in der Jugendarbeit das Maskulinitätsbild spielerfahrener männlicher Jugendlicher reflektiert werden. Wie denken die Jungs über Muskeln, Todesmut, Kampf als Mittel der eigenen Durchsetzungsfähigkeit, Machismo und Sexismus im Spiel und in ihrem Alltag?
- **Produktion von Spielkonzepten und eigenen Spielen als Lernvehikel:** Weil Computerspiele für viele Jugendliche so attraktiv sind, kann die Aussicht, selbst an der Planung und/oder Umsetzung eines neuen Spiels beteiligt zu sein, einen enormen Motivationsvorteil bedingen. Mit kinderfreundlichen Editierwerkzeugen wie dem britischen „Mission Maker“ können beispielsweise eigene kleine, voll funktionsfähige 3D-Spiele mit Figuren, Räumen, Aufgaben und Regeln geschaffen werden. Eine Vielzahl von Kompetenzdimensionen – darunter Kreativität, Teamwork, Computerwissen, formal-logisches Planen – lässt sich mit solchen konzeptionsorientierten Projekten innerhalb und außerhalb schulischer Lernsettings ansprechen.

Material und Kontaktempfehlungen

- Bundeszentrale für Politische Bildung (bpb.de)
- Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware (biu-online.de)
- Jugendschutz.net
- Spielraum – Institut zur Förderung von Medienkompetenz (FH Köln, Prof. Jürgen Fritz)

Literatur

- Klimmt, C. (2006). *Computerspielen als Handlung: Dimensionen und Determinanten des Erlebens interaktiver Unterhaltungsangebote*. Köln: Halem.
- Klimmt, C. (2008). Unterhaltungserleben beim Computerspielen – Theorie, Experimente, (pädagogische) Anwendungsperspektiven. In K. Mitgutsch & H. Rosenstingl (Hrsg.), *Faszination Computerspielen: Theorie – Kultur – Erleben* (S. 7-17). Wien: Braumüller.
- Klimmt, C. (2009). Key dimensions of contemporary video game literacy: Towards a normative model of the competent digital gamer. *Eludamos – The Journal of Computer Game Culture*, 3 (1) (Special Issue: Selected Presentations from the “Future and Reality of Gaming” Conference 2008, edited by Martin Pichlmaier, S. 23-31). Online: www.eludamos.org.
- Klimmt, C. & Hartmann, T. (2008). Mediated interpersonal communication in multiplayer video games: Implications for entertainment and relationship management. E. Konijn, M. Tanis, S. Utz, & S. Barnes (Hrsg.), *Mediated interpersonal communication* (S. 309-330). New York: Routledge.
- Klimmt, C., Schmid, H. & Orthmann, J. (2009). Exploring the enjoyment of playing browser games. *Cyberpsychology and Behavior*, 12 (2), 231-234.
- Lemmens, J. S., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2009). Development and validation of a game addiction scale for adolescents. *Media Psychology*, 12 (1), 77-95.
- Quandt, T., Wolling, J. & Wimmer, J. (Hrsg.). (2009). *Die Computerspieler. Studien zur Nutzung von Computergames*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Ritterfeld, U., Cody, M. & Vorderer, P. (Hrsg.). (2009). *Serious Games: Effects and mechanisms*. New York: Routledge.
- Steinkuehler, C., and Williams, D. (2006). Where everybody knows your (screen) name: Online games as "third places." *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(4), article 1. <http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue4/steinkuehler.html>
- te Wildt, B., Putzig, I., Zedler, M. & Ohlmeier, M. D. (2007). Internetabhängigkeit als ein Symptom depressiver Störungen. *Psychiatrische Praxis*, 34, 318-322.
- Vorderer, P. & Bryant, J. (Hrsg.). (2006). *Playing video games: Motives, responses, consequences*. Mahwah: Erlbaum.