

Was Frauen wollen

Jeder dritte Spieler ist inzwischen weiblich, Tendenz: steigend. Mit der neuen Zielgruppe verändert sich langsam auch die Spielewelt. Viele der alten Vorurteile über spielende Frauen haben ihre Geltung längst verloren.

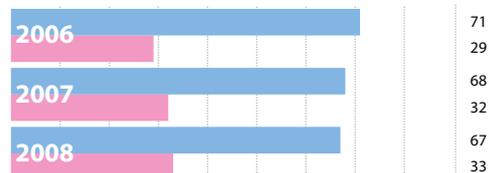
Serie: Frauen und Spiele

Ausgabe Thema

11/09	Frauen als Spielerinnen
12/09	Frauen in Spielen
01/10	Frauen im E-Sport

PC- und Videospiele nach Geschlecht

Gesamt (m / w) in %



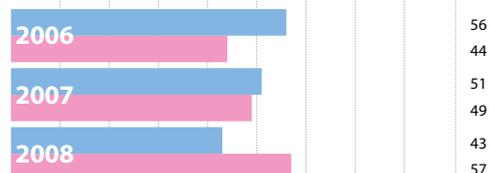
PC-Spiele (m / w) in %



Konsolenspiele (m / w) in %



Handhelds (m / w) in %



Quelle: Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware

Frauen haben längst nicht mehr nur ein Faible für Schuhe oder konspirative Versammlungen auf der Toilette. Nein, sie shoppen heutzutage gern auch mal in Spieleläden und treffen sich regelmäßig im Netz. Manche sogar vorzugsweise zwischen die Augen – wenn sie bei Ego-Shootern die vermeintliche Männerdomäne aufmischen.

Frauenquote: 33%

Wollen Frauen und Mädchen nur knuffige Wuselwesen, pinkfarbene Handhelds, 56 Teile von **Pferd und Pony: Lass uns reiten** oder für Doppel-X-Chromosomenträger zurechtgeföhnte Wii-Minispiele? Die Antwort ist ein klares Nein. Natürlich stehen Titel wie **Gehirnjogging**, **Nintendogs**, **Die Sims 3**, **World of Warcraft** oder das Angebot für Nintendos Familien- und Fuchtelkonsole hoch im Kurs. Fakt ist aber auch: Der Anteil der Frauen an der Spielerschaft wächst quer durch alle Genres und Systeme. Laut Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware (BIU) waren 2008 bereits 33 Prozent aller Spieler weiblich. In den Jahren zuvor lag die Quote bei 29 beziehungsweise 32 Prozent. Lediglich und ausgerechnet beim PC gab es zuletzt einen kleinen Rückgang um zwei Prozent zu vermelden (siehe Grafik). Im

Bereich Handhelds haben die Damen überholt: Auf 100 »Taschenspieler« kommen schon heute 57 Frauen und Mädchen. 2007 waren es noch 49. Die Spielemesse Games Convention hat schon 2008 bewiesen – Frauen zeigen wachsendes Interesse. Das beobachtete auch Susann »BloodyMary« Hartmann. Die 24-jährige Leiterin des **Call of Duty 4**-Clans »v3nus-DeluXX« lebt in Leipzig und erinnert sich: »Man konnte unter den Besuchern nahezu genauso viele Frauen wie Männer sehen.« Allerdings fürchtet sie, dass die Entwicklung stagniert. Schuld daran sei auch der schlechte Ruf der Branche, unter anderem wegen der Diskussion über sogenannte »Killerspiele«.

Vergiss Die Sims

Dabei gibt es mittlerweile etliche Frauen, die sich explizit für Action-Titel interessieren, wie nicht nur die GameStar-Redakteurin Petra Schmitz beweist. Auf Plattformen wie Zockerweibchen.de tummeln sich unzählige Mädels, die sich auf spielerischer Ebene nicht mehr von den Herren unterscheiden. Michaela »Redsonja« Winter etwa, die Leiterin des [IrOn]-Clans, der bereits seit acht Jahren besteht. Wie fast alle Damen – darauf deuten Studien hin – kam auch sie durch einen Mann



Susann Schaffer, Psychologin: »Meine derzeitigen Lieblingsspiele sind Tekken und Mortal Kombat.«



Anne Volkwardt liebt vor allem Actionspiele: »Die Wii ist für mich der größte Schwachsinn überhaupt.«

»Mädchen und Jungen nähern sich an«



Professor Dr. Sabine Trepte

Medienpsychologin

Professor Dr. Sabine Trepte lehrt Medienpsychologie an der Hamburg Media School und wirkte bei mehreren Studien zum Thema »Frauen und Videospiele« mit. Sie sagt: Mädchen und Jungen nähern sich hinsichtlich Nutzungsdauer und -frequenz deutlich an, haben aber nach wie vor andere Vorlieben hinsichtlich der Spielegenres.

GameStar ❖ In vielen Studien ist die Rede davon, dass die größte Motivation, am Computer zu spielen, Herausforderung und Konkurrenzkampf sei, was Frauen weniger anspreche. Stimmt das?

❖ **Sabine Trepte** Frauen suchen den Wettkampf nicht, um zu konkurrieren, sondern weil sie es als Möglichkeit zum persönlichen Wachstum begreifen. Sie möchten am Ende nicht unbedingt die Besten sein, sondern herausfinden, wie gut sie abgeschnitten haben. Unsere Studien zeigen, dass Erfolge im Spielver-

lauf für Frauen wichtiger sind als für Männer. Für Männer ist vor allem entscheidend, dass sie am Ende in der Highscore-Liste möglichst weit oben stehen.

❖ Sie nennen in einer Ihrer Studien andere wissenschaftliche Arbeiten, wonach Frauen beim Spielen weniger geschickt seien als Männer und deshalb geringere Chancen auf Erfolgserlebnisse und damit eine niedrigere Motivation hätten. Klischee?

❖ In Studien der Neunzigerjahre zeigte sich immer wieder, dass Frauen schlechter abschnitten als Männer. Das ließ sich vor allem darauf zurückführen, dass Jungen von ihren Eltern bei einer Beschäftigung am Computer gelobt und unterstützt wurden, während man Mädchen am Computer weniger Beifall spendete. Heute ist dieses Ergebnis so nicht haltbar. Die Performance von Mädchen und Jungen unterscheidet sich nach wie vor, aber in Abhängigkeit von Spiel und Spielegenre

können unterschiedliche Kräfteverhältnisse resultieren.

❖ **Glaubt man diversen Studien, dann sprechen Gewalt darstellende Medien eher Männer an. Wie sehen Sie das?**

❖ Ich glaube nicht, dass Männer sich von der puren Gewalt bestimmter Spiele angesprochen fühlen, sondern eher von dem Szenario, in dem zum Beispiel Ego-Shooter angesiedelt sind. Darüber hinaus zeigt sich in unseren Befragungen, dass Mädchen beim Spielen die Gewalt völlig ausblenden. Es geht darum, Punkte zu sammeln. Ob dabei Menschen zu Schaden kommen, ist den Spielerinnen gar nicht immer präsent.

❖ **Die Welt der Videospiele ist eine Welt mit wenigen Heldinnen, die dann auch noch aussehen wie von Männern gemacht – was ja auch der Fall ist. Würden mehr Frauen spielen, wenn es mehr Game Designerinnen gäbe?**

❖ Bestimmt!



Faith aus **Mirror's Edge** gibt sich beileibe nicht damenhaft.

zum Spiel. In ihrem Fall war es der Freund, manchmal ist es der Bruder. »Auch bei uns Frauen gibt es Sammler und Jäger«, sagt Michaela und drückt damit aus, dass weibliche Spieler nicht zwingend Friede-Freude-Eierkuchen-Kost bevorzugen, sondern viele auch der Baller-Fraktion angehören. »Die Sims ist ein typisches Frauending. Mir ist es zu langweilig, da fühlt man sich wie ein kleines Mädchen, das mit Barbies spielt«, meint Melanie »danger lady« Schomaker (28) aus Hornburg nahe Hamburg, eine zweifache Mutter. Sehr wichtig ist weiblichen Spielern soziale Interaktion: »Man trifft sich im Voice Chat, erzählt, lästert und quatscht wie am Telefon, was die meisten Frauen ja lieben«, bringt es die Gründerin des **Counterstrike Source-Clans** »Dangerous Girls« lachend auf den Punkt.

Der kleine Unterschied

Aus der Sicht von Katharina »Engel« Ballai, aktive **Counterstrike 1.6**-Amazone in der Electronic Sports League, ist die Kluft zwischen Da-

men und Herren dennoch weiterhin groß. »Ich denke, es liegt teilweise daran, dass Frauen den Spielen keine Chance geben, gerade wenn es um Ego-Shooter geht.« Die 25-jährige Fremdsprachenkorrespondentin aus Fulda ist dagegen offen für alles Digitale. In ihrer Lieblingsspiel-Liste steht auch die Fußballsimulation **Pro Evolution Soccer 2009**. »Die jüngere Generation wächst mit Computern und Spielekonsolen auf. Deshalb haben Frauen heute weniger Berührungsängste«, bestätigt Susann Schaffer. Die Psychologin betreute 2008 das deutsche E-Sport-Team bei der Weltmeisterschaft World Cyber Games – men-

tale Wettkampfvorbereitung war angesagt. Die Zahl daddelnder Frauen steige weiter, glaubt die Erlangerin, auch weil sich das Spieleangebot ändere. Dennoch gebe es geschlechtsspezifische Unterschiede. »Während Männer ihre Aggressivität oft direkt ausleben, sind Frauen eher subtil«, sagt die 31-Jährige. »Ich mag Strategie- und Simulationsspiele, also etwas aufbauen und gewinnen, nicht siegen durch zerstören«, beschreibt Schaffer ihre eigenen Erfahrungen. »Bei Age of Empires habe ich immer verloren, weil ich Universitäten und so weiter gebaut habe und meine Soldaten verkümmert sind.«



Julia Strunkowski: »Es ist schwierig, ernst genommen zu werden, wenn man mit Männern spielt.«



Tanja Menne, Chefredakteurin: »Starke Frauen sind auch bei der weiblichen Zielgruppe nicht unbeliebt.«



Tasja Vennemann: »Frauen genießen ihre Sonderstellung, wollen aber dennoch normal behandelt werden.«



Hinter dem Actionspiel **Assassin's Creed** von Ubisoft steckt eine weibliche Produzentin, die Kanadierin Jade Raymond.

Die Jungs abziehen

Die meisten Spielerinnen brauchen nicht unbedingt maßgeschneiderte Heldinnen, um in ein Spiel eintauchen zu können. »Ich denke nicht, dass Spielehersteller an den Frauen vorbeientwickeln«, sagt Julia Strunkowski, »denn was möchte man einer Frau zu Füßen legen? Eine Waffe mit Blümchen drauf?« Wer

die zarte 18-jährige Fachabiturientin aus dem Raum Dortmund sieht, ahnt kaum, dass sie mit einer virtuellen Heckler & Koch MP5 mehr anzufangen weiß als mit Titeln, die auf Friedensnobelpreis gebürstet wurden. »Interessen von Frauen sind unterschiedlich; während die eine auf hohe Absätze steht, mag die andere lieber Turnschuhe.« Viele Action-Liebhaberinnen reizt an ihrem Hobby durchaus der Wettkampf und das Kräftemessen, vor allem mit dem anderen Geschlecht. »Ich gebe zu, dass es bei meinem Lieblingsspiel **Counterstrike: Source** sehr wohl darum geht, wie ich die Jungs abziehen kann«, gesteht Anne »ShotgunSizta« Volkwardt mit einem Augenzwinkern. Auch die 23-Jährige aus Vechta in Niedersachsen hat kein Problem mit »etwas grob und maskulin« dargestellten Spieleheldinnen. Als Beispiele nennt sie Faith aus **Mirror's Edge** und die aktuelle Lara Croft. »Soll die sich im Urwald etwa erst einmal die Nägel lackieren oder die Haare stylen?«, scherzt die Gerontologie-Studentin.

Mehr Drama, bitte!

Doch welche Spielmerkmale würde sich die Damenwelt gemeinhin wünschen? »Mehr Drama« und »Geschichten auf Hollywood-Niveau«, wenn es nach Tanja Menne geht. Die Chefredakteurin des Online-Magazins Eurogamer.de kennt die Branche. Entwickler würden eine Menge Geld in Marktforschung pumpen, um herauszufinden, was Frauen an Spielen faszinieren könnte. »Süß, bunt und kinderleicht« seien dabei offensichtlich die felsenfest zementierten Attribute. »Ich weiß nicht, ob dieser klichschebehaftete Weg langfristig der richtige ist. Schließlich wollen weibliche Spieler ernst genommen werden, sie schauen ja auch nicht nur Filme, in denen eine heile Welt dargestellt wird.« Nach Meinung der Chefredakteurin fehlt es eher an der Ausarbeitung der Charaktere, an zwischenmenschlichen Beziehungen, an Tiefe. Kein Wunder, fühlt sie persönlich sich doch »nicht der Zielgruppe Frau zugehörig, sondern schlicht als Spieler«. Nach Ansicht der 21-jährigen **Counterstrike**-Spielerin Tasja »BloOre-



Lara Croft, Heldin der Tomb-Raider-Reihe, ist auch unter weiblichen Spielern beliebt, weil sie einen **intelligenten und schlagfertigen Charakter** hat.



Der **[IrOn]-Clan** (von links): Nadja »Puma« Hock, Doreen »Doro« Hornauer, Anja »La^D1Va« Steuer, Michaela »Redsonja« Winter, Femina »Mina« Stappert und Nina »Ninna« Keller. Die Ladys treten bei Counterstrike an.



Wenn sich Frauen in Mehrspieler-Kämpfe stürzen, dann oft mit **Counterstrike**.



Die **Sims 3** ist bei Frauen enorm beliebt. Mitunter, weil es darin »menschelt«.

gard Q KazoO« Vennemann aus Essen könnte die Zahl der »Zockerweibchen« weitaus höher liegen, würden die Hersteller die Inhalte ihrer Titel besser vermitteln. Die frisch gebackene Abiturientin glaubt an ein Kommunikationsproblem: »Es gibt 1.000 Gründe, Tomb Raider zu spielen. Dennoch sieht man in der Werbung immer nur, wie Lara Gegner plättet.«

Neue Normalität

Unternehmen wie Electronic Arts verfügen mittlerweile auch abseits des Goldesels **Die Sims 3** über einen hohen weiblichen Kundenstamm. Der Pressesprecher Martin Lorber beziffert die Gesamtquote auf 40 Prozent: »In der Tat gibt es einen Trend, dass Mädchen und Frauen nicht mehr nur typische Mädchen- und Frauenspiele spielen.« Das zeigt sich auch, wenn man an der Front nachfragt, bei Händlern in Nürnberg etwa. Giuseppe Gregorio, Fachverkäufer in der Media-Markt-Filiale an der Virnsberger Straße, versteht DS und Wii auch als Einstiegsdroge. Sie schubst manch weibliche Spieler an, sich



Susann Hartmann: »Viele Frauen könnten sich fürs Zocken begeistern, wenn sie es nur mal ausprobieren würden.«



Online-Rollenspiele wie **World of Warcraft** bieten viel soziale Interaktion und überzeugen damit auch viele Frauen.

auch mit anderen Konsolen zu beschäftigen. »Das stelle ich als Xbox-360-Nutzer sogar privat fest. Vor einem Jahr hatte ich noch keine Frau in der Freundesliste, heute mehrere.« Christian Gineth vom Saturn-Markt in der Vorderen Ledergasse empfindet die Entwicklung als nicht ganz so rasant: »Im PC-Bereich kommt höchstens eine Frau auf zehn Männer. Bei den Konsolen sieht es schon anders aus.«

Barbara Rühl, Mitarbeiterin beim Gamesgarden Nürnberg, bestätigt zwar ein gesteigertes Interesse vorwiegend an Musik-, Quiz- und Fitness-Titeln, aber: »Es bleibt natürlich nicht aus, dass Kundinnen auch mal Spiele aus unserem 18er-Bereich mitnehmen.«

Frauen kommen langsam, aber gewaltig, sang Ina Deter. Quod erat demonstrandum.

Harald Fränkel

»Frauen wollen analysieren und intrigieren«



Kathleen Kunze
Game Designerin bei Funatics Software

Die Game Designerin und 3D-Grafikerin Kathleen Kunze war unter anderem an der Entwicklung von Die Siedler: Aufbruch der Kulturen und Die Gilde 2 beteiligt. Sie glaubt, die Mehrheit der weiblichen Spieler werde nie zur Zielgruppe für Action-Titel. Darüber hinaus könne man Frauen und Männer aber nicht in nur zwei Schubladen stecken.

GameStar ❖❖❖ Welche Spielelemente wünschen sich Frauen?

❖❖❖ **Kathleen Kunze** Frauen sind soziale Komponenten wichtig. Darin liegt ihr Wettkampf. Frauen messen sich darin, wer den anderen besser durchschauen, sozial analysieren und geschickter reagieren kann, manchmal vielleicht sogar intrigieren.

❖❖❖ Warum gibt es im Vielspieler-Bereich weniger Frauen?

❖❖❖ Für einen Toptitel braucht man einen entsprechend starken

PC, für ein Tetris-Browserspiel genügt der 08/15-Rechner auf der Arbeit. Die technischen Voraussetzungen beeinflussen auch die Wahl des Spiels. Und bessere, neuere Technik zu besitzen als jemand anderer hat was mit Kräfteressen zu tun. Das ist eine archetypische Grundeinstellung, die Männern näher liegt als Frauen. Darin sehe ich auch den Grund, warum Frauen eher Die Sims als Counterstrike spielen.

❖❖❖ Der Wettkampf, so sagen einige Studien, liefert die größte Motivation zum Spielen. Bleiben Frauen aus diesem Grund auf der Strecke?

❖❖❖ In Umfragen gibt es neben dem Wettkampfgedanken heute viele andere Motivationen, die – auch von Männern – mindestens gleich oft genannt werden: Abenteuer erleben, Freunde treffen, ein Held sein, Abschalten vom Job, Knobeln, Rätsel knacken, auch mal an seine Grenzen gehen.

❖❖❖ Würden mehr Frauen spielen, wenn es mehr Game Designerinnen gäbe?

❖❖❖ In meinen Augen ist es ein Männer-Trugbild, dass Frauen Heldinnen mit großer Oberweite und langen Beinen abstoßend finden. Diesen Einwand habe ich noch von keiner Spielerin gehört. Die Darstellung wird vielleicht belächelt, aber im Grunde haben Frauen nichts dagegen, mit einer solchen Figur zu spielen, da sie dadurch ja in den Genuss kommen, ihr eigenes Selbst auf diese Rolle zu projizieren. Wenn es mehr Game Designerinnen gäbe, hieße das nicht zwangsläufig, dass mehr Spiele für Frauen entstünden. Denn Spieldesign ist ein Handwerk, das nach bestimmten Prinzipien funktioniert. Jeder Designer – egal ob Mann oder Frau – setzt das um, was von der Firma und vom Markt gefordert ist, und nicht zwangsläufig das, was er oder sie selbst gern spielen würde.