



Spielräume für Demokratie

Potenziale und Spannungsfelder im Gaming

© Bertelsmann Stiftung, Gütersloh

August 2025

Herausgeber

Bertelsmann Stiftung

Carl-Bertelsmann-Straße 256

33311 Gütersloh

www.bertelsmann-stiftung.de

Autor:innen

Dr. Joachim Rother, Bertelsmann Stiftung

Jessica Gerke, Bertelsmann Stiftung

Aurelia Brandenburg, Hochschule der Künste Berlin und Arbeitskreis Geisteswissenschaften und Digitale Spiele

Prof. Dr. Jeffrey Wimmer, Universität Augsburg, Institut für Medien, Wissen und Kommunikation

Lektorat

Heike Herrberg

Druck

Gieselmann Druck und Medienhaus

Layout und Datenvisualisierung

Linda Wedi

Titelfoto

© ekkaphan- stock.adobe.com

DOI 10.11586/2025058

ID_2581

Spielräume für Demokratie

Potenziale und Spannungsfelder im Gaming

Inhalt

| | |
|---|-----------|
| Abbildungsverzeichnis..... | 5 |
| Vorwort | 7 |
| 1 Einleitung | 8 |
| 1.1 Vorüberlegungen | 8 |
| 1.2 Methodensteckbrief..... | 9 |
| 2 Wer spielt? Die Spieler:innen-Typen | 10 |
| 2.1 Gamer:in, Zocker:in, Spieler:in? Viele Begriffe, eine Bedeutung?..... | 10 |
| 2.2 Spieler:innen-Typen der Studie..... | 11 |
| 2.3 Demographische Merkmale der Spieler:innen-Typen | 13 |
| 3 Demokratie, Politik, Medien und die Frage nach Vertrauen..... | 18 |
| 3.1 Unterschiedliche politische Kulturen innerhalb der Gaming-Communitys | 18 |
| 3.2 Wie blicken die Gaming-Communitys auf Deutschland und die Demokratie? | 19 |
| 3.3 Wichtigste politische Themen | 20 |
| 3.4 Vertrauen in Medien, Demokratie und Institutionen | 21 |
| 3.5 Politisches Engagement der Spielenden..... | 25 |
| 4 Menschenfeindlichkeit und die eigene Einbindung in der Gesellschaft | 26 |
| 4.1 Gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit: Antisemitismus, Rassismus, Sexismus und Queerfeindlichkeit.... | 26 |
| 4.2 Einsamkeit als demokratierelevanter Faktor..... | 29 |
| 5 Games als politisches Medium? Gesellschaft, Politik und Identität..... | 31 |
| 5.1 Der politische Charakter von Games | 31 |
| 5.2 Rolle und Bedeutung von Gaming-Communitys | 33 |
| 5.2.1 Gaming-Communitys als soziale Ankerpunkte junger Menschen..... | 34 |
| 5.2.2 Queere Menschen in Gaming-Communitys..... | 35 |
| 5.3 Gesellschaftspolitische Diskurse in Gaming-Communitys..... | 36 |
| 5.4 Die Kehrseite digitaler Räume: Diskriminierungserfahrungen | 37 |
| 5.5 Gaming, Identität und gesellschaftliche Bewertung..... | 40 |
| 5.5.1 Viele Spieler:innen wünschen sich Anerkennung | 40 |
| 5.5.2 Vorurteile gegen Gaming deutlich ausgeprägt | 41 |
| 5.5.3 Zustandsbeschreibung oder internalisierte Vorurteile?..... | 42 |
| 6 Zusammenfassung | 43 |
| 6.1 Kernergebnisse..... | 43 |
| 6.2 Forschungsdesiderate..... | 44 |
| 6.3 Handlungsempfehlungen..... | 44 |
| Anhang | 46 |
| Literatur | 49 |

Abbildungen und Tabellen

| | | | |
|--|----|--|----|
| ABBILDUNG 1..... | 13 | ABBILDUNG 14..... | 30 |
| Alle Spielenden | | Einsamkeit | |
| ABBILDUNG 2..... | 14 | ABBILDUNG 15..... | 31 |
| Gaming-Enthusiast:innen („Gamer“) | | Gesellschaftspolitische Themen in Games | |
| ABBILDUNG 3..... | 15 | ABBILDUNG 16..... | 32 |
| Vielspielende | | Ablehnung von gesellschaftspolitischen Themen in Games | |
| ABBILDUNG 4..... | 16 | ABBILDUNG 17..... | 33 |
| Exklusiv mobil Spielende | | Vor allem Gaming-Enthusiast:innen sehen sich als Teil von Gaming-Communitys | |
| ABBILDUNG 5..... | 17 | ABBILDUNG 18..... | 34 |
| Gelegentlich Spielende | | Soziale Aspekte von Gaming – eine Frage des Alters? | |
| ABBILDUNG 6..... | 19 | ABBILDUNG 19..... | 36 |
| Blick auf die Demokratie in Deutschland | | Gaming-Influencer spielen für Enthusiast:innen eine größere Rolle | |
| ABBILDUNG 7..... | 20 | ABBILDUNG 20..... | 38 |
| Wichtigste politische Themen | | Hass im Gaming | |
| ABBILDUNG 8a..... | 21 | ABBILDUNG 21..... | 39 |
| Medienvertrauen | | Beleidigungen im Gaming nach Altersgruppe | |
| ABBILDUNG 8b | 22 | ABBILDUNG 22..... | 40 |
| Medienvertrauen | | Gaming ist identitätsstiftend | |
| ABBILDUNG 9a..... | 23 | ABBILDUNG 23..... | 41 |
| Vertrauen in Demokratie und Politik | | Gaming-Vorurteile unter allen Nichtspielenden | |
| ABBILDUNG 9b | 23 | Anhang | |
| Vertrauen in Demokratie und Politik | | TABELLE A1 | 46 |
| ABBILDUNG 10..... | 24 | Plattformnutzung | |
| Vertrauen in Institutionen: Alle Befragten vs. Enthusiast:innen | | ABBILDUNG A1..... | 46 |
| ABBILDUNG 11..... | 25 | Bevorzugte Spielmodi | |
| Gesellschaftliches Engagement | | TABELLE A2 | 47 |
| ABBILDUNG 12..... | 27 | Gespielte Genres | |
| Antisemitische Einstellungen | | ABBILDUNG A2..... | 48 |
| ABBILDUNG 13..... | 28 | Ergänzung zu Abbildung 10 | |
| Sexismus, Antifeminismus und Queerfeindlichkeit | | | |

Vorwort

Gaming hat sich über die letzten Jahrzehnte zu einem zentralen Baustein der individuellen Lebenswirklichkeit und des gesellschaftlichen Miteinanders entwickelt. Gaming ist heute eine prägende Säule der modernen Kulturlandschaft.

Während die wirtschaftliche Relevanz von Gaming in all seinen Facetten als Teil der Kreativwirtschaft weitgehend anerkannt ist, gibt es insbesondere mit Blick auf die identitäts- und diskursprägenden Dimensionen von Gaming überraschend wenig belastbare Evidenz. Entsprechend existiert – gerade außerhalb von Gaming-Communitys – ein diffuses und oft von stereotypen Zuschreibungen geprägtes Bild. Wichtige Akteur:innen und Arenen des demokratischen Gemeinwesens agieren praktisch ohne Bezug zu Gaming-Communitys. Frühe Entwicklungen im digitalen Diskursraum werden mithin häufig übersehen oder falsch eingeschätzt – sowohl hinsichtlich möglicher Negativrückkopplungen als auch mit Blick auf positive Gestaltungspotenziale.

Junge Menschen verbringen besonders viel Zeit mit Gaming und identifizieren sich überdurchschnittlich stark als Teil von Gaming-Communitys. Eine – auch politisch – prägende Lebensphase junger Menschen findet verstärkt im digitalen Raum statt. Wenn man junge Menschen besser verstehen und sie als Mitgestaltende der Zukunft unseres Landes stärker einzubeziehen möchte, dann wäre ein wichtiger Schritt, die mit Gaming verbundenen Sphären, Codes, Interaktionsmodi und kulturellen Ausdrucksformen besser verstehen und auch anerkennen zu wollen.

Mit der vorliegenden Erhebung der gesellschaftspolitischen Einstellungen von Spielenden sowie den demokratiefördernden Potenzialen digitaler Spielräume – mit einem besonderen Fokus auf junge Menschen – wollen wir eine Basis für eine evidenzbasierte Folgediskussion schaffen sowie Impulse und Empfehlungen für gesellschaftspolitische Entscheider:innen geben.

Die Studienergebnisse widersprechen in einigen Punkten geläufigen Vorurteilen und zeigen, dass die Gaming-Sphäre und die Gaming-Communitys vielfältig sind. Gaming kann trennen, aber auch vereinen; Einsamkeit verstärken, aber dieser auch über Gemeinschaft und Freundschaft entgegenwirken; Lethargie zulassen, aber auch gesellschaftliches Engagement in der digitalen und auch analogen Welt ermöglichen; vom Lernen abhalten oder auch wirksame Lernangebote unterbreiten; Hass und Hetze sichtbar machen und diesen ein Bild der Toleranz und des Respekts robust entgegenstellen. Die Gaming-Sphäre ist schließlich ein Abbild unserer Gesellschaft, wenn auch mit sehr unterschiedlichen Ausdrucksformen.

Gaming steht dabei an einer besonderen Schnittstelle zwischen Bildung, Digitalisierung und gesellschaftlichem Zusammenhalt. Dass diese Studie aus der Zusammenarbeit dreier Fachbereiche der Stiftung hervorgegangen ist, verdeutlicht genau diese Schnittstellenlogik. Wir bedanken uns bei allen, die im Zuge und im Vorfeld der Studie mitgewirkt haben, insbesondere bei allen Teilnehmenden der mit der Stiftung Digitale Spielekultur organisierten „Roundtables Gaming & Democracy“. Das vorliegende Dokument verstehen wir als Grundlage und Angebot für einen vertieften gesamtgesellschaftlichen Diskurs über die Potenziale von Gaming zur Stärkung unseres demokratischen Gemeinwesens. Wir laden alle Interessierten ein, gemeinsam mit uns neue Spielräume für ein demokratisches Miteinander in digitalen Lebenswelten zu entdecken und zu gestalten.

Marek Wallenfels
Director Bildung und Next Generation
Bertelsmann Stiftung

Martin Hullin
Director Digitalisierung und Gemeinwohl
Bertelsmann Stiftung

Dr. Regina von Götz
Director Demokratie und Zusammenhalt
Bertelsmann Stiftung

1 | Einleitung

1.1 Vorüberlegungen

Digitale Spiele gehören zum Alltag einer Mehrheit der Bevölkerung und sind ein wichtiger Teil von Jugendkulturen. Dennoch fehlt es bislang an systematischen Untersuchungen, die das politische Denken und Handeln von Spielenden erfassen und differenziert beschreiben. Dabei stellen Gaming-Communitys und die sie umgebenden Plattformen wie Twitch, Discord oder Reddit wichtige Sozialisationsräume dar, in denen gesellschaftliche Orientierungen, Werte und Zugehörigkeiten verhandelt werden. Digitale Räume sind kulturell prägend – auch in ihrer politischen Dimension.

Obwohl das gesellschaftliche Interesse an den Wechselwirkungen zwischen Games, digitaler Öffentlichkeit und Demokratie schon seit einigen Jahren wächst, begegnen viele politische wie zivilgesellschaftliche Akteur:innen dem Feld mit deutlicher Zurückhaltung und werten es teilweise auch eindimensional ab als Hort der Radikalisierung. Fehlende eigene Zugänge, Berührungsängste und eine gewisse Skepsis gegenüber Gaming als kultureller Praxis unterbinden den Bau tragfähiger Brücken in Richtung dieser Kulturform. Allerdings sind auch viele Gaming-Communitys aus diversen Gründen zurückhaltend gegenüber einem offenen Austausch mit politischen oder zivilgesellschaftlichen Akteur:innen.

Diese Studie versteht sich daher explizit als Fundament für einen konstruktiven Brückenbau. Ziel ist, Spielende in den gesellschaftspolitischen Diskurs einzubeziehen und ernst zu nehmen: nicht als homogene Gruppe, sondern in ihrer Vielfalt, ihrer häufig sehr unterschiedlichen politischen Positionierung und ihrem sozialen Erleben im digitalen Raum. Dazu wird der oft sehr unterschiedlich verwendete Begriff des „Gamers“ in der Studie hinterfragt und mittels einer eigenen Typologie ausdifferenziert, die der sozialen Heterogenität der Spielenden gerecht werden soll.

Vor dem Hintergrund eines weitgehend kommerziell dominierten Gaming-Ökosystems will diese Erhebung Impulse setzen für Bildung, Demokratiepädagogik und für die digitale Teilhabe vor allem junger Menschen. Die Studie zeigt, wo Risiken liegen, vor allem aber, welches Potenzial digitale Spielräume für demokratische Teilhabe, soziale Integration und politische Bildung entfalten können.

1.2 Methodensteckbrief

Die Daten für die Studie hat das Institut pollytix strategic research gmbh im Auftrag der Bertelsmann Stiftung erhoben. Die Datenerhebung erfolgte als Quotenstichprobe über das Online-Panel von Bilendi/Respondi (CAWI: Computer-Assisted Web Interview). Dieses ist mit rund 300.000 Teilnehmer:innen in Deutschland ausreichend groß, um alle angestrebten Quoten zu erfüllen, und bietet gleichzeitig eine hohe Datenqualität. Bilendi/Respondi ist nach ISO 20252:2019 zertifiziert und u. a. Mitglied im BVM (Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher), bei ESOMAR (European Society for Opinion and Market Research) sowie in der DGOF (Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung).

Die repräsentative Erhebung zu Internetnutzer:innen, die Grundlage dieser Studie ist, hat gegenüber der ausschließlichen Befragung von Spielenden den Vorteil, dass es möglich ist, Vergleiche zwischen Spielenden und der Gesamtheit aller Befragten sowie nachweislich Nichtspielenden zu ziehen. Insgesamt wurden 6.435 Internetnutzer:innen ab 16 Jahren befragt.

Zwar ist Gaming ein generationsübergreifender Zeitvertreib – gleichwohl deutet die Nutzungsintensität des Mediums auf ein gesteigertes Interesse jüngerer Altersgruppen hin. Deshalb wurden die 16- bis 24-Jährigen sowie die 25- bis 34-Jährigen überproportional befragt (sog. „boost“; 16–24 Jahre: n=471; 25–34 Jahre: n=450), um in diesen Gruppen eine besonders robuste Datengrundlage zu gewährleisten. Da die gesellschaftspolitische Perspektive von Spieler:innen im Fokus stand, wurde auf eine Befragung von Personen unter 16 Jahren verzichtet.

Um die Repräsentativität sicherzustellen, sind die Daten entsprechend der amtlichen Statistik gewichtet worden. Diese Gesamtstichprobe ist zum einen repräsentativ für die Grundgesamtheit der Internetnutzer:innen in Deutschland ab 16 Jahren, zum anderen bietet sie durch den Boost in den jüngeren Altersgruppen ausreichend viele Fälle, um verschiedene Typen von Spielenden zu analysieren.

Die maximale statistische Fehlertoleranz beträgt bei einem 95-Prozent-Konfidenzintervall $\pm 1,2$ Prozentpunkte. Die Erhebung fand zwischen dem 10. und 25. März 2025 statt.

Um die Befragung von Gaming-Communitys in Deutschland zu ermöglichen, wurde auf umfassend getestete und erprobte Items anderer Studien zurückgegriffen, darunter die Mitte-Studie der Friedrich-Ebert-Stiftung (Zick et al. 2023), „Deutschland und Israel heute. Zwischen Stabilität und Spannung“ der Bertelsmann Stiftung (Vopel und Schulz 2025), die Leipziger Autoritarismus-Studie (Decker et al. 2024), „Wie einsam sind junge Erwachsene im Jahr 2024?“ (Steinmayr et al. 2024) sowie die Studie „Gesellschaftlicher Zusammenhalt in Deutschland 2023“ (Boehnke et al. 2024).

Zur Typisierung und einer ökosystemspezifischen Befragung von Spielenden gibt es bisher keine standardisierten und getesteten Erhebungsinstrumente. Entsprechend wurden in der Studie erstmals neue Items entwickelt. Deren inhaltliche Konzeption und die des Gesamtfragebogens oblag der Bertelsmann Stiftung und den Autor:innen dieser Studie in Zusammenarbeit mit pollytix und wurde von einem interdisziplinär besetzten Expert:innengremium aus Vertreter:innen der Sozialforschung, Game Studies, Medienpädagogik und Games-Branche validiert und überarbeitet.

2 | Wer spielt? Die Spieler:innen-Typen

2.1 Gamer:in, Zocker:in, Spieler:in? Viele Begriffe, eine Bedeutung?

Eine grundlegende Schwierigkeit bei der Erhebung wie auch der Analyse der vorliegenden Daten liegt darin, die Gruppen und Phänomene, die sich hier identifizieren lassen, überhaupt zu benennen. Umgangssprachlich werden zwar Menschen, die gern digitale Spiele spielen, oft als „Gamer:innen“ bezeichnet, doch dieser Begriff ist nicht so neutral, wie manchmal suggeriert wird. Gerade feministische und/oder Forschung aus den Gender und Queer Studies hat inzwischen gezeigt: Nicht jede Person, die sich möglicherweise sogar als „Fan“ digitaler Spiele bezeichnen würde, nennt sich zugleich auch „Gamer“ oder wird von anderen, die sich dieser Gruppe zugehörig fühlen, so bezeichnet (z. B. Shaw 2012: 29).

Hinzu kommt, dass Studien und Erhebungen zu Spieler:innen im Allgemeinen schon lange dem Klischee widersprechen, dass primär junge, weiße Männer im Teenageralter digitale Spiele spielen würden. Der Verband der deutschen Games-Branche game e. V. kommt beispielsweise für das Jahr 2024 auf ein Durchschnittsalter von 38,2 Jahren unter allen Spieler:innen, von denen wiederum 48 Prozent weiblich sind (game e. V. 2025: 7). Diese Zahlen sind nicht überraschend, sondern liegen im Trend – auch im internationalen Vergleich. Nach den Anfängen der Forschung aus den 2000er Jahren zu spezifischen Phänomenen wie etwa dem frühen Onlinegaming (z. B. Williams et al. 2008) zeigt sich inzwischen ein zunehmend differenzierteres Bild.

Es wäre vermesen, die Begriffe „Gamer“ und „Spieler:in“ synonym zu verwenden, weil „Gamer“ historisch gesehen eng mit einer Kultur verbunden ist, die über eine lange Zeit Personen ausgeschlossen hat, die nicht dem Klischee des jungen, weißen, cis und Hetero-Nerds entsprachen. Das zeigt sich schon an den Begrifflichkeiten: Im Englischen gab es lange die allmählich aus der Mode geratende Bezeichnung „Gamer Girls“ für weibliche Gamer und im Deutschen gab es eine ähnliche Entwicklung mit „Zocker“ und „Zocker-

weibchen“. Gerade mit Blick auf Frauen und Sexismus ist das daraus resultierende, angespannte Verhältnis von weiblichen Spieler:innen zu Mainstream-Gaming-Kulturen seit den 2000ern gut erforscht; und spätestens seit GamerGate – einer Online-Belästigungskampagne in den Jahren 2014 bis 2016 – versucht die Forschung immer mehr, sich den Ursachen eines so deutlichen und offensichtlich misogynen Backlashes anzunähern.

Vor diesem Hintergrund kann es als Konsens betrachtet werden, dass in bestimmten Strömungen von Gaming-Kulturen ein Zusammenhang besteht zwischen toxischen Nerd-Maskulinitäten und Misogynie und dieser zumindest auffällig oft mit Bezeichnungen wie „Gamer“ und „Gamer Culture“ korreliert (z. B. Schott und Horrell 2000; Shaw 2014; Salter und Blodgett 2017; Condis 2018; Cote 2020; McDivitt 2020).

Zu diesen potenziellen Diskriminierungserfahrungen und den damit verbundenen politischen Debatten, insbesondere seit 2014, die eine bewusste Annahme oder Ablehnung des Begriffs zur Folge haben können, kommt noch eine historische Dimension: Im deutschsprachigen Raum, wo „Gamer“ ein Anglizismus ist, gibt es schon seit den 1980er Jahren Alternativbegriffe wie den des (Computer-)Freaks oder den „Zocker“. Und so kommt es bis heute vor, dass Einzelpersonen, die sich nach wie vor als Fans digitaler Spiele betrachten, sich trotzdem nicht mit dem Begriff „Gamer“, sondern eher mit einem dieser Alternativbegriffe identifizieren würden – eben weil diese Begriffe zur Zeit ihrer eigenen Sozialisation mit dem Medium aktuell waren und sie diese Selbstbezeichnung möglicherweise niemals abgelegt haben.

Das heißt: Die persönliche Entscheidung, sich als Person, die gern digitale Spiele spielt, mit dem Begriff „Gamer“ zu identifizieren, kann individuell von ganz unterschiedlichen Faktoren beeinflusst sein: Er kann eine Selbstidentifikation und Zugehörigkeit zu einer

Gruppe und Kultur markieren – genauso wie seine Ablehnung oder auch nur Nichtnutzung eine bewusste Positionierung innerhalb oder entgegen derselben Kultur sein kann. Aus dieser komplexen Ausgangslage resultieren wiederum eine Reihe von Schwierigkeiten, denen wir uns auch in dieser Studie stellen mussten.

Wir haben bewusst nur nach der Selbstidentifikation als „Gamer“ gefragt, um die Zugehörigkeit zu bestim-

ten Gaming-Kulturen zu erfassen. Dabei wurde in Kauf genommen, dass unterschiedliche Altersgruppen den Begriff unterschiedlich verstehen und sich ggf. nicht damit identifizieren – womöglich wären hier Alternativbegriffe wie „Zocker“ oder „Computer(spiele)freak“ beliebter. Da nur das generische Maskulinum abgefragt wurde, können mögliche Verzerrungen oder Nuancen alternativer Begriffe wie „Gamerin“ oder „Gamer:in“ nicht weiter analysiert werden.

2.2 Spieler:innen-Typen der Studie

Um Thesen formulieren zu können, was welche Gruppen von Spieler:innen bewegt und welche Ansichten sie vertreten, muss man sie kategorisieren und entsprechend definieren. Die daraus resultierenden Typen von Spieler:innen, wie wir sie für unsere Auswertung nutzen, kennen automatisch Grenzen in ihrem Nutzen, zugleich ist diese Typisierung notwendig, um unterschiedliche Kulturen und Bezüge zum Medium Spiel benennen und Gemeinsamkeiten wie Unterschiede feststellen zu können.

Für unsere Analyse unterscheiden wir zwischen fünf Typen von Spielenden, wobei die daraus resultierenden Gruppen wiederum Schnittmengen untereinander haben können:

- 1. Alle Spielende:** Alle Befragten, die angegeben haben, auf (irgend-)einem Endgerät digitale Spiele zu spielen.
- 2. Gaming-Enthusiast:innen („Gamer“):** Alle Befragten, die sich selbst als „Gamer“ bezeichnen und mindestens mehrmals pro Woche an einem Computer oder einer Konsole Spiele spielen. Diese Gruppe könnte auch kurz gefasst „Gamer“ genannt werden – was wir hier aus Gründen der Verständlichkeit nicht tun, weil der Begriff umgangssprachlich allgemeiner besetzt sein kann, als wir ihn verwenden.

- 3. Vielspielende:** Alle Befragten, die sich *nicht* als „Gamer“ bezeichnen, aber trotzdem mindestens mehrmals pro Woche an einem Computer oder einer Konsole Spiele spielen.
- 4. Exklusiv mobil Spielende:** Alle Befragten, die angegeben haben, dass sie mindestens mehrmals pro Woche auf mobilen Geräten spielen, aber davon abgesehen auf keiner anderen Plattform. Diese Kategorie ist unabhängig von der Selbstidentifikation als „Gamer“.
- 5. Gelegentlich Spielende:** Alle Befragten, die seltener als mehrmals wöchentlich auf egal welcher Plattform digitale Spiele spielen. Diese Kategorie ist ebenfalls unabhängig von der Selbstidentifikation als „Gamer“.

Zusätzlich zu diesen Kategorien von Spieler:innen lassen wir noch die Gruppe von **Nichtspielenden** als sechsten Typ in unsere Auswertung einfließen – wobei diese Gruppe die Vergleichsgruppe der Befragten darstellt, die, wie der Name schon besagt, angegeben haben, gar keine digitalen Spiele zu spielen.

Die so aufgelisteten Bezeichnungen sind bewusst gewählt, um zu vermeiden, oft abwertend verwendete Begrifflichkeiten und scheinbare Gegensätze wie „Casual Gamer“ und „Core Gamer“ nicht zu reproduzieren, sondern vor allem das zu beschreiben, was die Befragten selbst in ihren Antworten angegeben haben. Die wichtigsten Faktoren für diese Definitionen sind dabei einerseits die Frage, ob eine Person sich selbst als „Gamer“ bezeichnen würde, und andererseits die Frequenz, in der sie digitale Spiele spielt und auf welcher Plattform sie das tut.

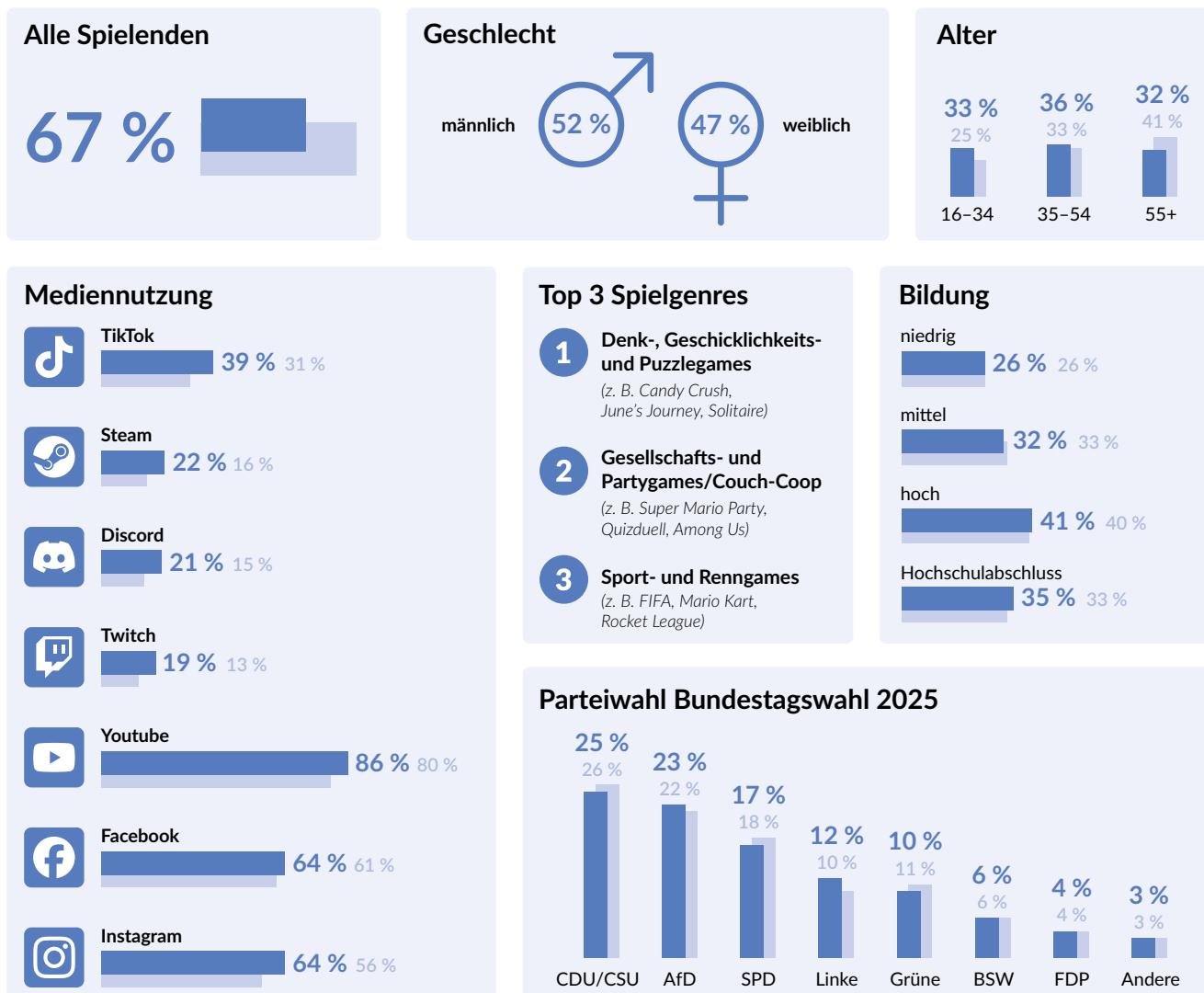
Die Selbstbezeichnung als „Gamer“ kann als ein kultureller Marker begriffen werden, der nicht unbedingt etwas über das Spielverhalten aussagt, aber zumindest eine Nähe zu bestimmten Gaming-Kulturen markiert. Sowohl die Gruppe der Enthusiast:innen als auch die der Vielspielenden spielt in einer hohen Frequenz auf Plattformen, die in der Regel eine größere Investition

von Zeit und/oder Geld im Vergleich etwa zu mobilen Games erfordern. Beide Gruppen legen also ein relativ intensives Spielverhalten an den Tag und sind zudem mit 15 Prozent (Gaming-Enthusiast:innen) bzw. 18 Prozent (Vielspielende) der Befragten ähnlich groß. Im Gegensatz zu den Enthusiast:innen identifizieren sich allerdings Vielspielende nicht mit dem Begriff des Gamers. Dass die Identifikation mit dem Begriff auf eine kulturelle Zugehörigkeit schließen lässt, zeigt sich auch bei der Betrachtung der anderen Spieltypen: Zwar finden sich jeweils einige wenige, die sich unter den exklusiv mobil Spielenden (6 %) und den gelegentlich Spielenden (7 %) als „Gamer“ identifizieren, jedoch in verschwindend geringem Ausmaß. Die Gründe können vielfältig sein und lassen sich aus den Daten nicht ableiten; trotzdem unterstreicht auch dieser Befund, dass „Gamer“ und die Identifikation mit diesem Begriff auf eine kulturelle Zugehörigkeit jenseits des Spielverhaltens verweist.

ABBILDUNG 1 Alle Spielenden

Alle Befragten, die angegeben haben, auf irgendeinem Endgerät digitale Spiele zu spielen

Alle Befragten Alle Spielenden



Prozentwerte summieren sich infolge von Rundungen nicht immer auf 100. Basis: alle Spieler:innen; gewichtete Ergebnisse.

Quelle: eigene Darstellung

BertelsmannStiftung

2.3 Demographische Merkmale der Spieler:innen-Typen

Demographisch gesehen ist die Zusammensetzung der oben definierten Gruppen nur bedingt überraschend. Nimmt man **alle Spielenden** zusammen – insgesamt 67 Prozent der Befragten –, ergibt sich eine Gruppe, die in vielen Einstellungsmerkmalen dem gesellschaftlichen Durchschnitt entspricht und damit bestätigt, was unter anderem die Games-Branche schon seit Jahrzehnten wiederholt: Digitale Spiele sind vollkommen alltäglich.

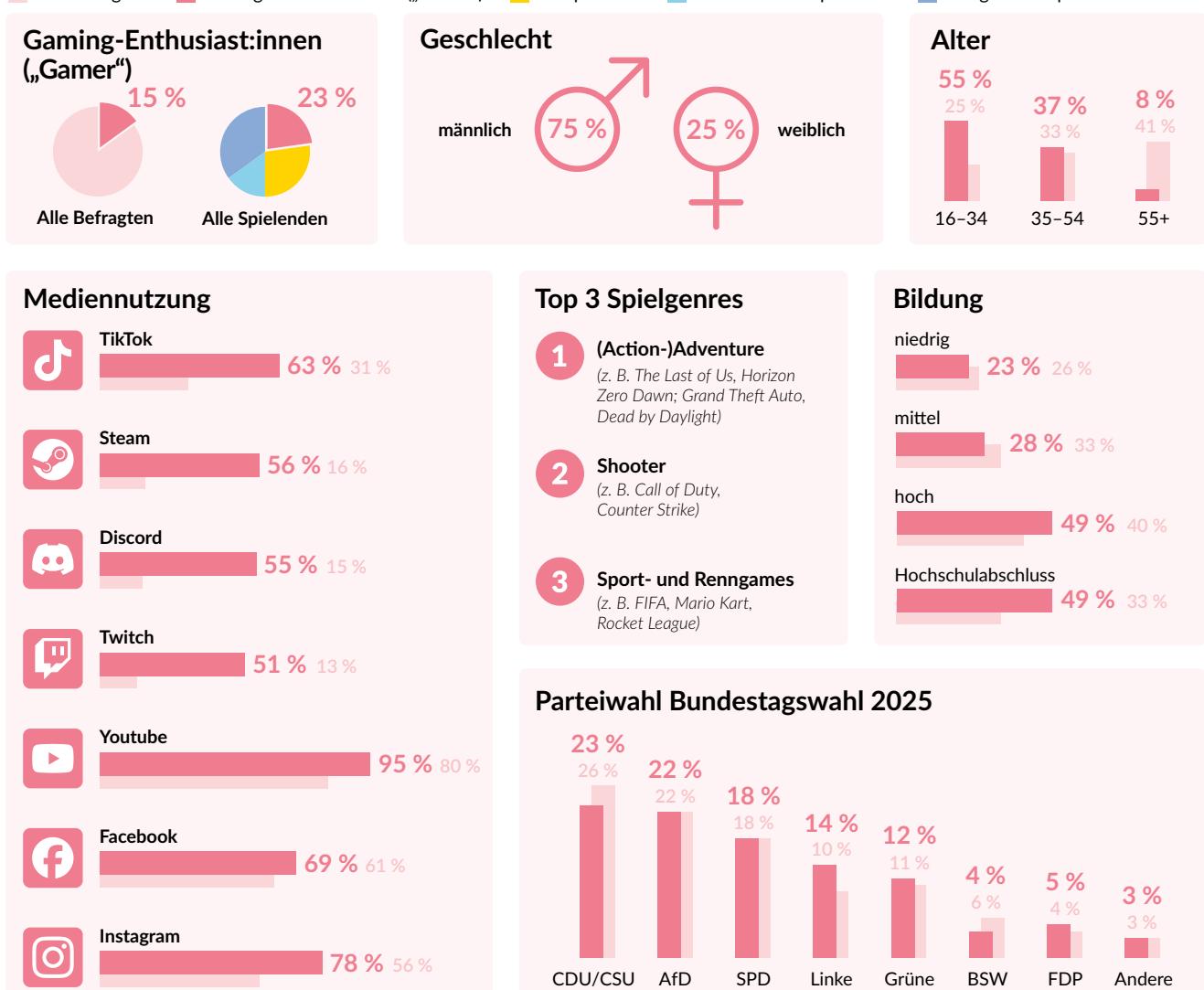
In der Gruppe aller Spielenden gaben 47 Prozent an, Frauen zu sein, und 52 Prozent identifizierten sich als

Männer, was auch weitgehend den Ergebnissen entspricht, zu denen beispielsweise der game-Verband bei seinen Erhebungen zu Spieler:innen in Deutschland kommt (game e. V. 2025: 7). Befragte unserer Studie konnten darüber hinaus angeben, sich nicht mit binären Geschlechterkategorien zu identifizieren. Aufgrund geringer Fallzahlen in der non-binären Kategorie lassen sich jedoch für die einzelnen Spieler:innentypen keine verlässlichen Aussagen treffen, weshalb sie weitestgehend außen vor gelassen wird.

ABBILDUNG 2 Gaming-Enthusiast:innen („Gamer“)

Alle Befragten, die sich nach eigener Angabe als „Gamer“ bezeichnen würden und mindestens mehrfach pro Woche an einem Computer oder einer Konsole Spiele spielen

Alle Befragten Gaming-Enthusiast:innen („Gamer“) Vielspielende Exklusiv mobil Spielende Gelegentlich Spielende



Prozentwerte summieren sich infolge von Rundungen nicht immer auf 100. Basis: alle Spieler:innen; gewichtete Ergebnisse.

Quelle: eigene Darstellung

| BertelsmannStiftung

Auch bei der Altersverteilung und dem Bildungsgrad unterscheiden sich alle Spielenden wenig von der Gesamtheit aller Befragten. 33 Prozent gaben an, zwischen 16 und 34 Jahren alt zu sein, 36 Prozent zwischen 35 und 54 Jahren, und 32 Prozent gaben an, 55 Jahre oder älter zu sein (siehe Abbildung 1) – damit gibt es in dieser Gruppe also eine nahezu gleichmäßige Altersverteilung.

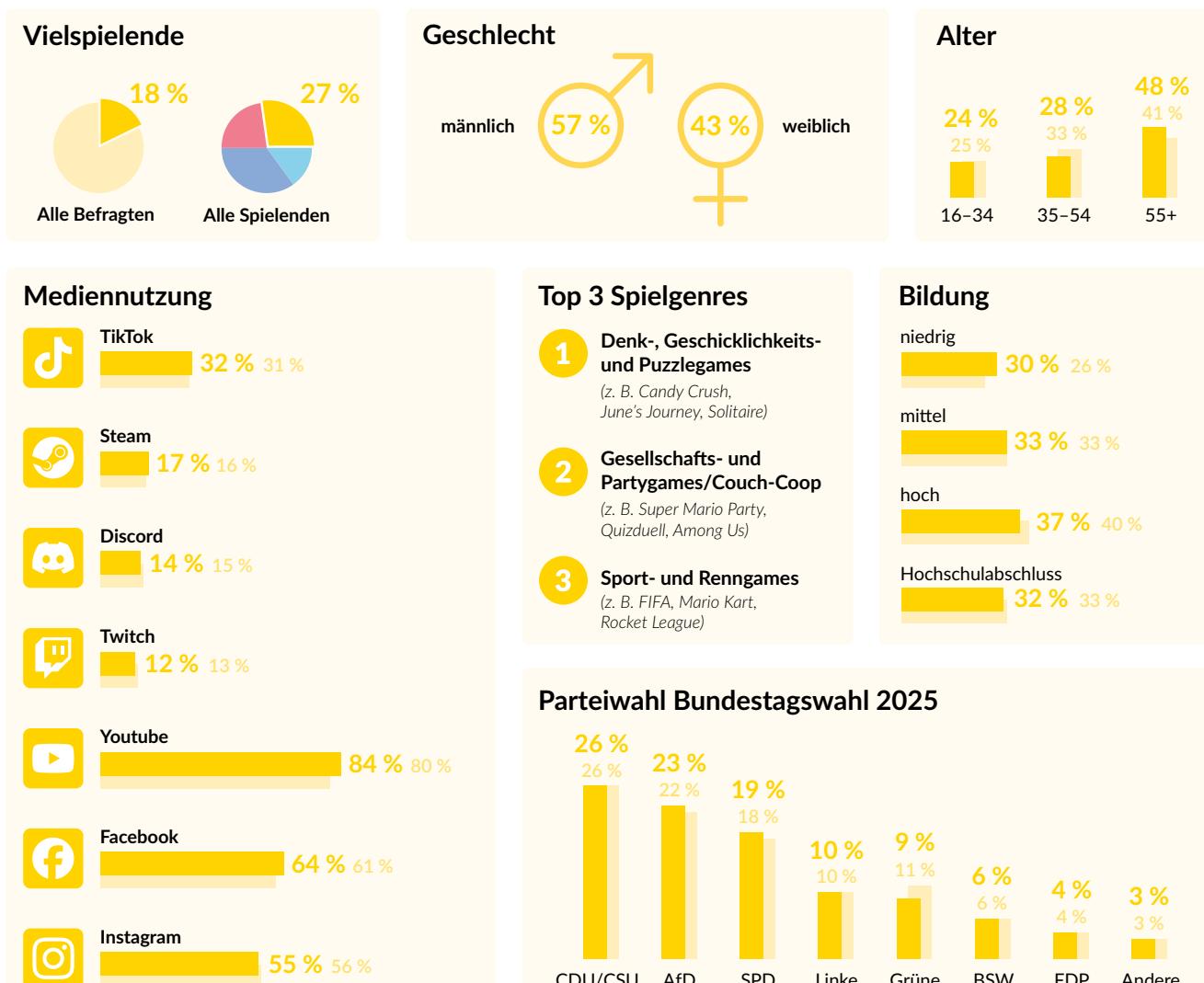
Bei der Gruppe der **Gaming-Enthusiast:innen („Gamer“)**, die 23 Prozent aller befragten Spielenden ausmacht, lässt sich eine sehr viel deutlichere Tendenz sowohl beim Alter als auch beim Geschlecht feststel-

len: Hier gaben 75 Prozent an, Männer zu sein, wobei die Mehrheit dieser Gruppe (55 %) der Altersgruppe zwischen 16 und 34 Jahren angehört, während nur acht Prozent angaben, über 54 Jahre alt zu sein (siehe Abbildung 2). Die mittlere Altersgruppe von 35 bis 54 Jahren dagegen macht mit 37 Prozent wieder einen ähnlichen Anteil wie bei der Gruppe aller Spielenden aus. Diese Zusammenstellung ist vor allem auch deshalb interessant, weil sie sich sehr deutlich von der Gruppe der **Vielspielenden** (siehe Abbildung 3) unterscheidet – obwohl diese beiden Typen sich hinsichtlich ihrer Kriterien nur dadurch unterscheiden, ob Befragte sich als Gamer verstehen oder nicht. 27 Prozent aller

ABBILDUNG 3 Vielspielende

Alle Befragten, die sich nicht als „Gamer“ bezeichnen würden, aber trotzdem mindestens mehrfach pro Woche an einem Computer oder einer Konsole Spiele spielen

Alle Befragten Vielspielende Gaming-Enthusiast:innen („Gamer“) Exklusiv mobil Spielende Gelegentlich Spielende



Prozentwerte summieren sich infolge von Rundungen nicht immer auf 100. Basis: alle Spieler:innen; gewichtete Ergebnisse.

Quelle: eigene Darstellung

| BertelsmannStiftung

Spielenden fallen in diese Gruppe, die sich zu 57 Prozent aus Männern und zu 43 Prozent aus Frauen zusammensetzt. Nur 24 Prozent der Befragten dieser Gruppe sind 16 bis 34 Jahre, 28 Prozent sind 35 bis 54 Jahre alt und der Großteil ist mit 48 Prozent 55 Jahre oder älter. Hier spiegelt sich also ebenfalls eine allgemeine Spannung rund um den Begriff „Gamer“ gerade bei der Geschlechterverteilung, aber auch bei eventuell generationsbedingten Unterschieden.

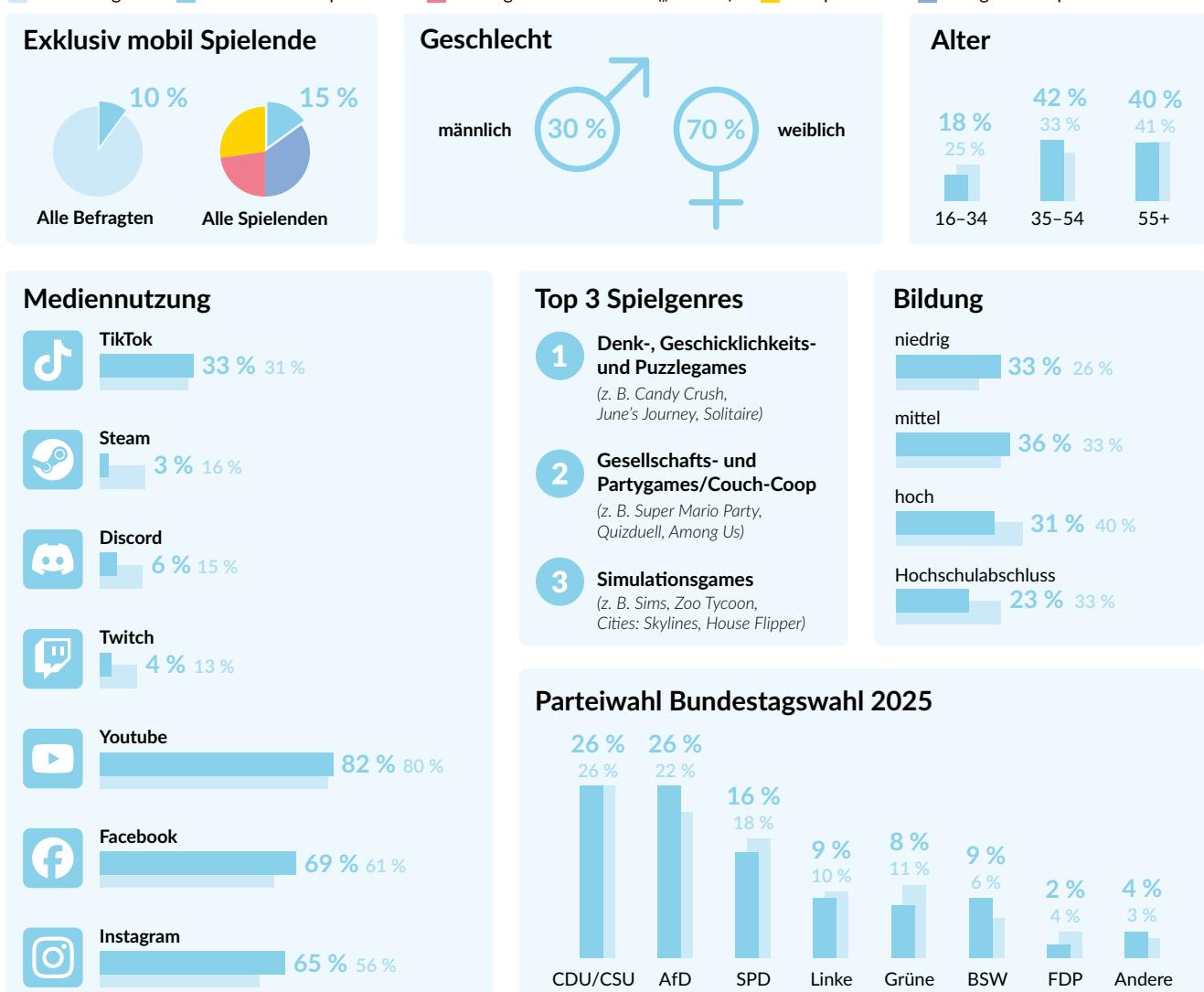
15 Prozent aller Spielenden zählen zur Gruppe der **exklusiv mobil Spielenden** (siehe Abbildung 4). In dieser Subgruppe sind die Geschlechterverhältnisse,

die sich bei den Gaming-Enthusiast:innen beobachten lassen, nahezu umgekehrt: Hier geben 70 Prozent an, Frauen zu sein, und die Gruppe der Personen unter 35 Jahren macht mit 18 Prozent eine Minderheit aus. Die Mehrheit der Befragten dieses Typs gab an, älter als 34 zu sein: 42 Prozent zwischen 35 und 54 Jahren sowie 40 Prozent 55 Jahre oder älter. Da es bei diesem Spieler:innen-Typ um Personen geht, die ausschließlich an mobilen Geräten wie Smartphones oder Tablets spielen, ist diese Zusammensetzung allerdings auch erwartbar: Spiele auf diesen Plattformen benötigen oft weniger Zeit am Stück oder lassen sich unterwegs spielen und fügen sich damit häufig besser in den

ABBILDUNG 4 Exklusiv mobil Spielende

Alle Befragten haben, dass sie mindestens mehrfach pro Woche auf mobilen Geräten spielen, aber davon abgesehen auf keiner anderen Plattform

Alle Befragten Exklusiv mobil Spielende Gaming-Enthusiast:innen („Gamer“) Vielspielende Gelegentlich Spielende



Prozentwerte summieren sich infolge von Rundungen nicht immer auf 100. Basis: alle Spieler:innen; gewichtete Ergebnisse.

Quelle: eigene Darstellung

| BertelsmannStiftung

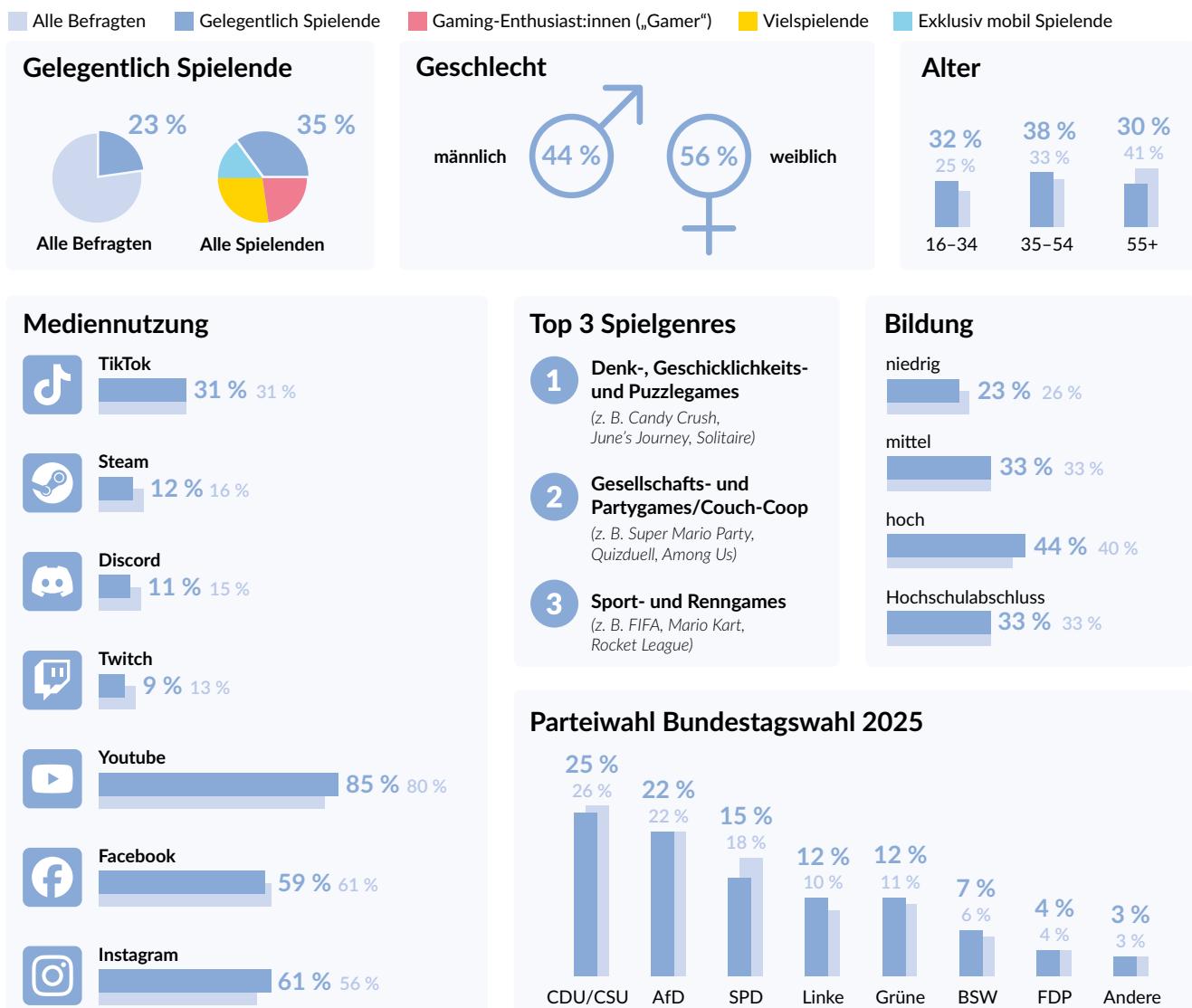
Alltag von Erwachsenen ab Mitte dreißig ein. Dazu kommt, dass mobile Spiele meist zugänglicher sind für Menschen, die sonst keinen Bezug zu Gaming-Kulturen haben, weil diese Spiele oft zunächst kostenlos zu beziehen sind und zudem keine spezielle Hardware benötigen.

Wer ein Smartphone hat und damit einen inzwischen sehr gängigen Alltagsgegenstand, hat ebenfalls Zugang zu mobilen games. Die Minderheit der exklusiv mobil Spielenden, die sich mit dem Gamer-Begriff identifiziert – obwohl mobile gaming und vor allem exklusives mobile gaming in Mainstream-Gaming-Kulturen häufig

abgewertet wird –, erklärt sich möglicherweise durch biografische Veränderungen und das Älterwerden: Bei diesen Personen kann sich auch das Spielverhalten im Laufe der Jahre geändert haben, wobei sie sich immer noch mit dem Begriff identifizieren. Der hohe Frauenanteil in dieser Kategorie ist zwar bemerkenswert, könnte sich allerdings beispielsweise so erklären lassen, dass Frauen einen höheren Anteil an Care-Arbeit bewältigen, mit der mobile gaming ggf. leichter zu vereinbaren ist, weil diese Spiele sich oft in kurzen Sessions spielen oder auch unterbrechen lassen.

ABBILDUNG 5 Gelegentlich Spielende

Alle Befragten, die seltener als mehrfach wöchentlich auf egal welcher Plattform digitale Spiele spielen



Prozentwerte summieren sich infolge von Rundungen nicht immer auf 100. Basis: alle Spieler:innen; gewichtete Ergebnisse.

Quelle: eigene Darstellung

BertelsmannStiftung

Zuletzt ist noch die mit 35 Prozent größte Gruppe der **gelegentlich Spielenden** zu nennen, die seltener als mehrmals pro Woche digitale Spiele auf einer beliebigen Plattform spielt (siehe Abbildung 5). Sie ist in ihrer Zusammensetzung vor allem interessant, weil sie sich nur geringfügig vom Durchschnitt aller Spielenden unterscheidet. Unter den Befragten dieser Gruppe gaben 44 Prozent an, Männer zu sein, und 56 Prozent Frauen; Letztere stellen somit eine Mehrheit dar, aber die Verhältnisse sind insgesamt noch einigermaßen ausgeglichen. Die Altersgruppen sind relativ gleichmäßig verteilt bzw. ähnlich wie bei der Auswertung aller Spielenden: 32 Prozent gehören der Altersgruppe

16 bis 34 an, 38 Prozent sind 35 bis 54 Jahre alt und 30 Prozent sind 55 Jahre oder älter. Auch in dieser Gruppe scheinen digitale Spiele also eine durchschnittliche Beschäftigung zu sein, bei der es nur relativ geringe Unterschiede nach Alter oder Geschlecht gibt.

Weitere Übersichten zu Plattformnutzung, gespielten Genres, bevorzugten Spielmodi etc. sind den Tabellen A1 und A2 sowie der Abbildung A1 im Anhang zu entnehmen.

3 | Demokratie, Politik, Medien und die Frage nach Vertrauen

3.1 Unterschiedliche politische Kulturen innerhalb der Gaming-Communities

Das Klischee des apolitischen Gamers muss differenziert werden – das ist ein Ergebnis dieser Studie. Einzelne bekannte Gaming-Influencer:innen und Streamer:innen nutzen ihre enorme Reichweite gezielt politisch. So riefen beispielsweise 2019 Youtuber:innen aus der Gaming-Szene (mit teils Millionen Follower:innen) zum Protest gegen die EU-Urheberrechtsreform auf, indem sie ihre Fans zum Demonstrieren gegen Artikel 13 der neuen Richtlinie mobilisierten. Solche Aktionen deuten darauf hin, dass Teile der Spieler:innschaft zumindest anlassbezogen politisch interessiert und mobilisierbar sind.

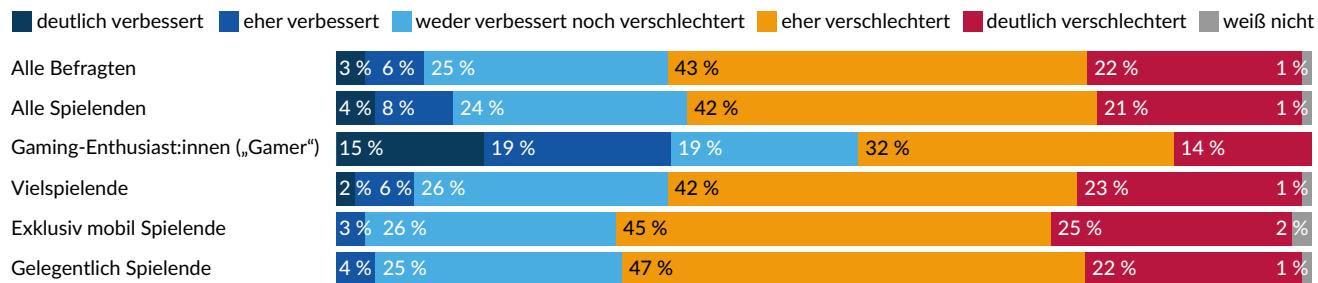
Zudem zeigt sich, dass Spieler:innen digitaler Spiele sich sehr wohl ihrer gesellschaftlichen Wahrnehmung bewusst sind und ihre Interessen politisch vertreten sehen wollen. Als etwa der damalige Bundesinnenminister Horst Seehofer 2019 nach einem rechtsextremen Anschlag erklärte, „die Gaming-Szene“ müsse stärker beobachtet werden, fühlten viele Spieler:innen sich pauschal diffamiert und reagierten empört. Insgesamt fehlen zwar noch breit angelegte Studien speziell zur Wahlbeteiligung von Spielenden, doch die genannten Beispiele deuten an, dass Gaming-Communities politisches Potenzial bergen – sowohl mit Blick auf politische Teilhabe (z. B. wählen gehen) als auch auf politisches Engagement (z. B. Protest). Das ist 2025 dem Spieldemagazin *PC Games* sogar eine Schlagzeile wert gewesen: „Aufruf an alle Gamer: Geht wählen!“ – eine Aktion, bei der Spieldende sich für politische Aufklärung einsetzen und betonen, dass „politische Teilhabe immer wichtig ist und jede Stimme zählt“ (Dreßler 2025).

Konkrete Untersuchungen, die Spieler:innen von Games als eigenständige Gruppe hinsichtlich ihrer politischen Einstellung oder Wahlbeteiligung analysieren, sind bislang selten. Dazu kommt, dass Gaming ein Massenphänomen ist (Wimmer 2013) und die breite Nutzung zugleich bedeutet, dass Spielende keine homogene soziale Gruppe mit einheitlichen Ansichten, sondern wie die Gesamtbevölkerung auch von Vielfalt geprägt sind. Politische Einstellungen bei „Gamern“ können daher genauso heterogen sein wie in der Bevölkerung insgesamt.

53 Prozent der Deutschen ab 16 Jahren spielen zumindest gelegentlich Video- oder Computerspiele (Bitkom 2024). Der Branchenverband game e. V. kommt in seinem Jahresbericht 2024 auf rund 58 Prozent an Deutschen zwischen 6 und 69 Jahren, die Games in unterschiedlichen Formen nutzen. Wichtig: sowohl Wortlaut der Frage als auch die Altersgruppe der Befragten unterscheiden sich innerhalb der genannten Untersuchungen (game e.V. 2025). Die vorliegende Erhebung ergibt einen noch höheren Anteil: 67 Prozent der Befragten ab 16 Jahren spielen in einer oder anderen Form digitale Spiele. Unter jungen Menschen im Alter von 16 bis 34 Jahren sind es sogar 86 Prozent. Damit überschneidet sich die Gruppe derer, die spielen, weitgehend mit der Allgemeinbevölkerung – politische Trends in der Jugend können also auch als prägend für junge Spieler:innen angenommen werden.

ABBILDUNG 6 Blick auf die Demokratie in Deutschland

Hat sich der Zustand der Demokratie in Deutschland in den letzten Jahren ...?



Prozentwerte summieren sich infolge von Rundungen nicht immer auf 100; Basis: alle Befragten; gewichtete Ergebnisse.

Quelle: eigene Darstellung

| Bertelsmann Stiftung

3.2 Wie blicken die Gaming-Communitys auf Deutschland und die Demokratie?

Zunächst wurde in dieser Befragung ein genauerer Blick auf das Vertrauen in die Demokratie als Staatsform geworfen. Hier sind bei den Spielenden sehr unterschiedliche politische Kulturen sichtbar geworden. Auch quantitativ bestätigt sich dabei, dass Spieler:innen keine homogene Gruppe sind. Allerdings korrelieren ihre Einstellungen stark mit der Intensität und Art ihrer Gaming-Praktiken und den Spielkulturen, in die sie eingebettet sind. Für Politik, Zivilgesellschaft und Medien lohnt es sich, diese Heterogenität zu berücksichtigen, um Potenziale für demokratische Teilhabe optimal zu nutzen.

Insgesamt dominiert der Pessimismus in der vorliegenden Umfrage: 66 Prozent aller Befragten – und 67 Prozent aller Spielenden – sagen, dass sich die Dinge in Deutschland ganz allgemein in die falsche Richtung entwickeln. Grundsätzlich ist das gesellschaftliche Klima also von Skepsis geprägt. Im Gegensatz dazu blickt die überwiegend junge Gruppe der Enthusiast:innen deutlich optimistischer auf die aktuelle Entwicklung des Landes: 43 Prozent attestieren Deutschland eine positive Entwicklung – erheblich mehr als in der Gesamtheit aller Befragten (26 %) und mehr als doppelt so viele wie unter exklusiv mobil (19 %) oder gelegentlich Spielenden (20 %). Diese Gruppen blicken besonders skeptisch auf die Zukunft in Deutschland.

Ein ähnliches Bild zeigen die Antworten auf die Frage, ob sich der Zustand der Demokratie hierzulande in den letzten Jahren eher verbessert oder verschlechtert hat (siehe Abbildung 6). Hier dominiert ebenfalls ein pessimistischer Blick, denn 65 Prozent aller Befragten – und 63 Prozent aller Spielenden – attestieren der Demokratie in Deutschland eine Verschlechterung. Besonders die gelegentlich wie auch die exklusiv mobil Spielenden blicken mit je 70 Prozent besonders kritisch auf die Entwicklungen der vergangenen Jahre. Nicht so die Gruppe der Enthusiast:innen: Nur knapp jeder Zweite (46 %) sieht die Demokratieentwicklung negativ, 34 Prozent von ihnen sehen sie sogar positiv. Diese Einschätzung teilen lediglich neun Prozent aller Befragten und zwölf Prozent aller Spielenden.

Das illustriert Bemerkenswertes: Enthusiast:innen („Gamer“) – eine eher junge, digital affine und in Gaming-Kulturen involvierte Gruppe – blicken deutlich positiver auf die allgemeine Entwicklung hierzulande und den Zustand der Demokratie, als es der Durchschnitt der Bevölkerung und alle anderen Subgruppen tun. Welche Faktoren diesen vergleichsweise optimistischen Blick begünstigen, sollte in weiteren Studien untersucht werden, um diese positiven Einstellungen für die Praxis nutzbar zu machen.

ABBILDUNG 7 Wichtigste politische Themen

Bitte geben Sie an, welches der folgenden Themen Ihrer Ansicht nach aktuell das wichtigste und zweitwichtigste Thema ist, um das sich die nächste Bundesregierung stärker kümmern sollte.

| | Alle Befragten | Alle Spielenden | Gaming-Enthusiast:innen („Gamer“) | Vielspielende | Exklusiv mobil Spielende | Gelegentlich Spielende |
|--|----------------|-----------------|-----------------------------------|---------------|--------------------------|------------------------|
| Migration | 20 % | 20 % | 19 % | 20 % | 24 % | 18 % |
| Wirtschaft | 13 % | 11 % | 9 % | 12 % | 11 % | 12 % |
| Inflation und Lebenshaltungskosten | 11 % | 12 % | 12 % | 12 % | 12 % | 13 % |
| Verteidigungs- bzw. Außenpolitik und Frieden | 11 % | 9 % | 6 % | 9 % | 11 % | 10 % |
| Klima- und Umweltschutz | 6 % | 6 % | 10 % | 5 % | 5 % | 5 % |
| Innere Sicherheit und Kriminalität | 7 % | 7 % | 6 % | 8 % | 7 % | 7 % |

Weitere Auswahlmöglichkeiten waren: Bildung, Renten, Mieten und Wohnen, Arbeitsplätze und Löhne, Verkehr und Infrastruktur, Soziale Gerechtigkeit, Gesundheitspolitik, Familienpolitik, Gesellschaftlicher Zusammenhalt, Extremismus und Polarisierung, Frauenrechte und Gleichberechtigung, Digitalisierung, Rassismus und Diskriminierung, LGBTQ+-Rechte und Toleranz, ein anderes/keines dieser Themen. Dargestellt sind die TOP-5-Kategorien in den jeweiligen Subgruppen. Mehrfachantwort (maximal 2 Antworten) möglich, daher summieren sich Prozentwerte nicht auf 100. Basis: alle Befragten; gewichtete Ergebnisse.

Quelle: eigene Darstellung

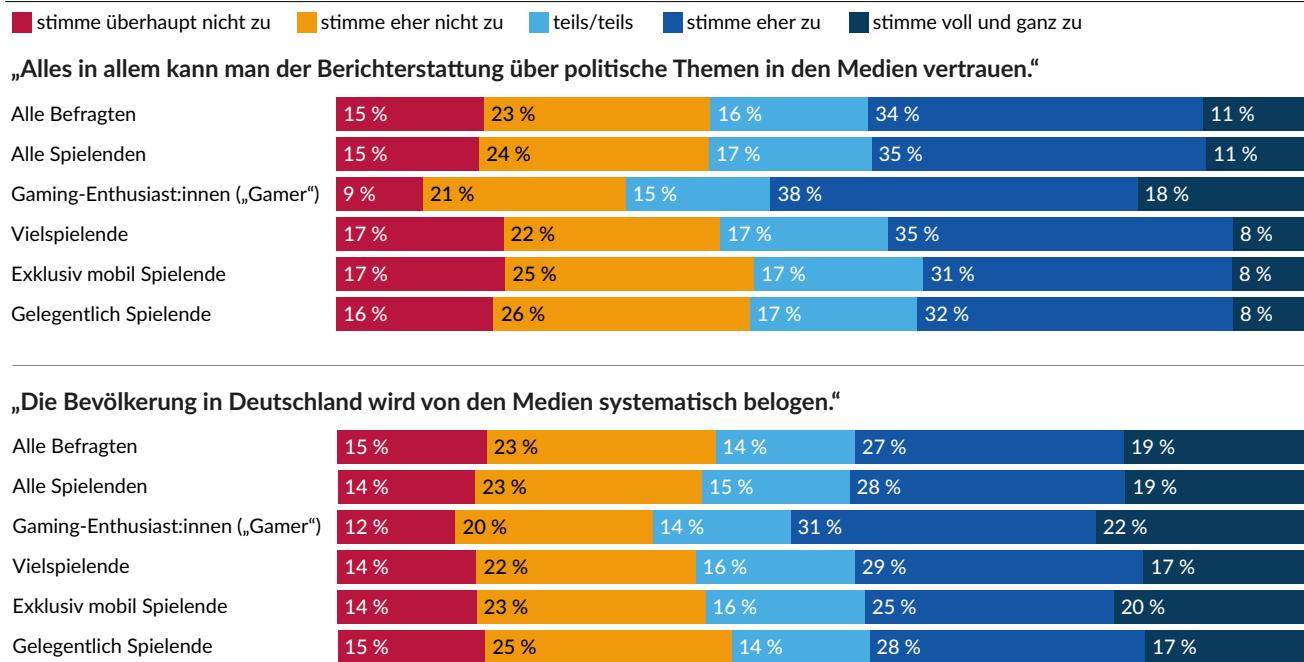
| BertelsmannStiftung

3.3 Wichtigste politische Themen

Große Ähnlichkeiten gibt es in allen Befragtengruppen hinsichtlich der Frage, welches „Thema aktuell das wichtigste ist, um das sich die nächste Bundesregierung stärker kümmern sollte“. Analog zur Gesamtstichprobe ist Migration für alle Spieler:innen-Typen das dominierende politische Thema. Zwischen 18 Prozent (gelegentlich Spielende) und 24 Prozent (Exklusiv mobil Spielende) nennen Migration als Topthema. Auch die ökonomischen Sorgen sind groß. Die Themen Inflation und Wirtschaft rangieren überall unter den Top 3 und verbinden somit alle Gruppen, gefolgt von Sorgen um die Sicherheit: Verteidigung, Außenpolitik und Frieden sowie innere Sicherheit belegen fast durchgehend die Plätze vier und fünf (siehe Abbildung 7).

Nur die Enthusiast:innen unterscheiden sich hier leicht von den anderen Spieler:innen-Gruppen: Bei ihnen taucht „Klima- und Umweltschutz“ (10 %) als einziges nicht ökonomisches Thema in den Top 5 auf – möglicherweise ein Hinweis auf das niedrigere Durchschnittsalter und eine stärker plurale Agenda dieser Gruppe oder auch als Beleg ihrer stärkeren Betroffenheit durch politische Entscheidungen mit Konsequenzen in der fernen Zukunft.

ABBILDUNG 8a Medienvertrauen



Fehlende Werte: weiß nicht. Ursprüngliche 11er-Skala wurde zu einer 5er-Skala zusammengefasst: Ausprägungen 0 bis 1 zu „stimme überhaupt nicht zu“, 2 bis 4 zu „stimme eher nicht zu“, 6 bis 8 zu „stimme eher zu“ und 9 bis 10 zu „stimme voll und ganz zu“. Prozentwerte summieren sich infolge von Rundungen nicht immer auf 100. Basis: alle Befragten; gewichtete Ergebnisse.

Quelle: eigene Darstellung

| BertelsmannStiftung

3.4 Vertrauen in Medien, Demokratie und Institutionen

Bei Fragen des Medienvertrauens überwiegt in allen Gruppen ein ambivalentes Bild – mit einer Tendenz zur Skepsis gegenüber klassischen Nachrichtenangeboten. Diese Ambivalenz verstärkt sich vor allem bei den Enthusiast:innen.

So geben 45 Prozent aller Befragten und aller Spielenden an, der Berichterstattung über politische Themen in den Medien zu vertrauen (siehe Abbildung 8a). Bei den Enthusiast:innen sind es interessanterweise zehn Prozent mehr: 56 Prozent von ihnen geben an, der politischen Berichterstattung in den Medien zu vertrauen – der höchste Wert unter allen Befragtengruppen. Gleichzeitig stimmen 53 Prozent von ihnen unterschiedlich stark der Aussage zu, die Bevölkerung in Deutschland werde von den Medien systematisch belogen. Auch dieser Wert ist überdurchschnittlich hoch und rangiert auf Platz eins aller Subgruppen, wobei von allen Befragten immerhin 46 Prozent – von allen Spielenden sogar 47 Prozent – davon ausgehen, dass Medien hierzulande systematisch lügen – ein insgesamt besorgniserregend großes Ausmaß an Misstrauen. Auch das Gefühl, von der Masse an Informa-

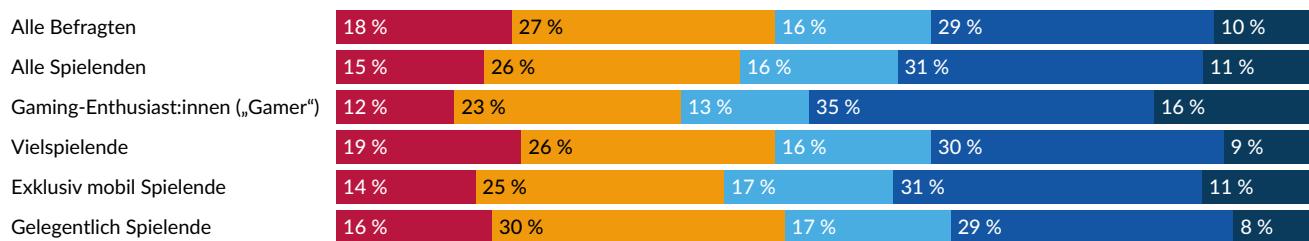
tionen in den Medien oft überfordert zu sein, ist unter den Enthusiast:innen mit 51 Prozent sehr ausgeprägt (siehe Abbildung 8b). Dies scheint in der Folge zu einer gezielten Vermeidung von Nachrichten zu führen, denn: Keine andere Befragtengruppe gibt ähnlich häufig an, Nachrichten absichtlich zu vermeiden, wie die Enthusiast:innen: 53 Prozent von ihnen machen dies eher oder gänzlich, im Vergleich zu 46 Prozent aller Befragten und 47 Prozent aller Spielenden.

Die vor allem bei den Enthusiast:innen zutage tretende Ambivalenz scheint weniger ein Widerspruch als vielmehr Ausdruck eines spezifischen Musters zu sein: Wie die anderen Typen auch, sind sie stark mehrheitlich der Demokratie als Staatsform zugetan (76 % der Enthusiast:innen halten die Demokratie für die beste Staatsform), begegnen jedoch (klassischer) medialer Repräsentation misstrauischer als andere Gruppen. Eine Konsequenz davon mag ihren Beleg in der umfassenden Nutzung nahezu aller gängigen Social-Media-Plattformen finden, die sich in dieser Form in keiner anderen Befragtengruppe findet (siehe Anhang A1 zur Plattformnutzung) – das heißt, die Enthusiast:innen

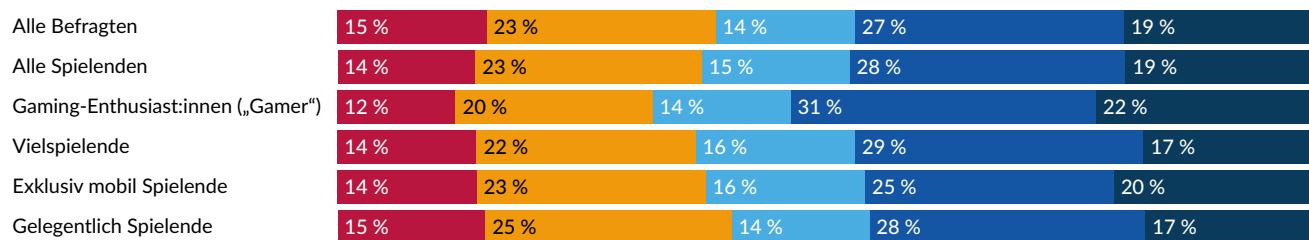
ABBILDUNG 8b Medienvertrauen

■ stimme überhaupt nicht zu ■ stimme eher nicht zu ■ teils/teils ■ stimme eher zu ■ stimme voll und ganz zu

„Ich fühle mich von der Masse an Informationen in den Medien oft überfordert.“



„Ich versuche, Nachrichten zu vermeiden.“



Fehlende Werte: weiß nicht. Ursprüngliche 11er-Skala wurde zu einer 5er-Skala zusammengefasst: Ausprägungen 0 bis 1 zu „stimme überhaupt nicht zu“, 2 bis 4 zu „stimme eher nicht zu“, 6 bis 8 zu „stimme eher zu“ und 9 bis 10 zu „stimme voll und ganz zu“. Prozentwerte summieren sich infolge von Rundungen nicht immer auf 100. Basis: alle Befragten; gewichtete Ergebnisse.

Quelle: eigene Darstellung.

| BertelsmannStiftung

wenden sich auch alternativen Informationsquellen zu. Auf diesen erhöhten Informationsdruck reagiert diese Gruppe jedoch stärker als andere mit selektiver Rezeption oder gar (bewusstem) Rückzug. Während andere Spielendengruppen eher dem Durchschnitt der Gesamtheit aller Befragten ähneln, zeigen Enthusiast:innen sich als sehr informationsaffine, aber auch stärker kritisch distanzierte Nutzer:innen. Dies lässt sich beschreiben als fragmentiertes Medienvertrauen in einem vielerorts überreizten Informationsumfeld.

Diese mediale Ambivalenz wirkt sich jedoch nicht auf das allgemeine Demokratieverständnis der Enthusiast:innen aus. Im Gegenteil: Enthusiast:innen attestieren dem demokratischen System in Deutschland überdurchschnittlich oft eine gute Funktionsfähigkeit: 65 Prozent stimmen der Aussage zu, dass das demokratische System hierzulande alles in allem funktioniert – im Vergleich zu 55 Prozent der gesamten Stichprobe und ebenfalls 55 Prozent aller Spielenden (siehe Abbildung 9a). Auch die Zukunftsfähigkeit politischer Gestaltung wird von Enthusiast:innen positiver eingeschätzt als im Durchschnitt: 53 Prozent trauen der Politik zu, die Herausforderungen der Zukunft zu bewältigen (vs. 42 % gesamt, 41 % alle Spielende, siehe Abbildung 9b).

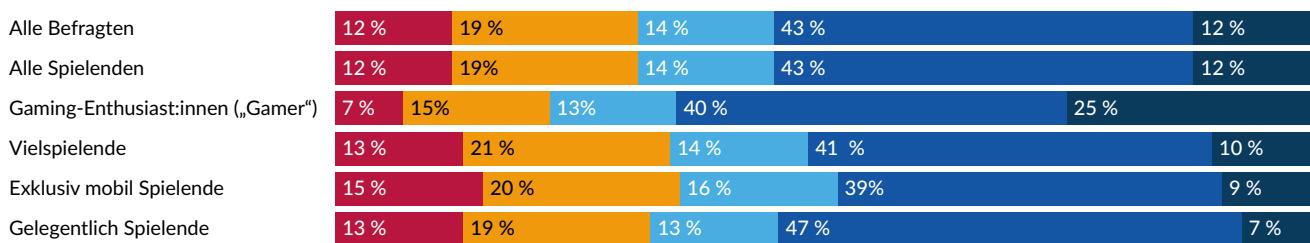
Vor diesem Hintergrund lässt sich vermuten, dass Demokratievertrauen bei Enthusiast:innen nicht über klassisch-mediale Kanäle entsteht, sondern sich über andere Erfahrungs- und Kommunikationsräume stabilisiert. Womöglich zeigt sich hier ein output-orientiertes Demokratieverständnis, das auf erlebte Effizienz und Handlungsfähigkeit setzt. Vertrauen in Demokratie und Institutionen besteht somit trotz, nicht wegen des allgemeinen Medienvertrauens – ein Befund, der politische Kommunikation und politische Bildung vor neue Anforderungen stellt: Wer junge, digital sozialisierte Gruppen wie die Gaming-Enthusiast:innen erreichen will, muss ihre Informationslogik und ihre Kommunikationskontakte verstehen – und ernst nehmen.

Beim Vertrauen in Institutionen gibt es große Ähnlichkeiten zwischen der allgemeinen Bevölkerung und den meisten Spieler:innen-Typen: Polizei (55 %) und Wissenschaft (55–56 %) genießen das größte Vertrauen, während politischen Parteien (11–12 %), Social Media (8–11 %) und Influencer:innen (6–8 %) am wenigsten vertraut wird. Die Gruppe der Enthusiast:innen vertritt hier erneut eine andere Perspektive: Diese zeichnet sich durch ein insgesamt erhöhtes Vertrauen in zentrale gesellschaftliche Institutionen aus, besonders in politische Parteien, Wissenschaft und auch den

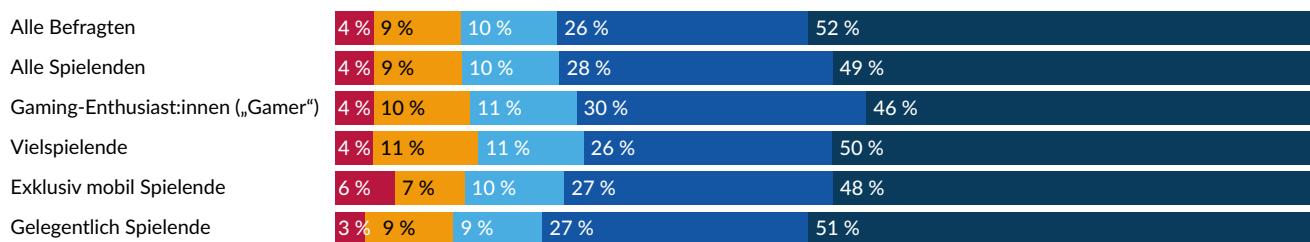
ABBILDUNG 9a Vertrauen in Demokratie und Politik

■ stimme überhaupt nicht zu ■ stimme eher nicht zu ■ teils/teils ■ stimme eher zu ■ stimme voll und ganz zu

„Alles in allem funktioniert das demokratische System in Deutschland gut.“



„Die Demokratie ist die beste Staatsform.“



Fehlende Werte: weiß nicht. Ursprüngliche 11er-Skala wurde zu einer 5er-Skala zusammengefasst: Ausprägungen 0 bis 1 zu „stimme überhaupt nicht zu“, 2 bis 4 zu „stimme eher nicht zu“, 6 bis 8 zu „stimme eher zu“ und 9 bis 10 zu „stimme voll und ganz zu“. Prozentwerte summieren sich infolge von Rundungen nicht immer auf 100. Basis: alle Befragten; gewichtete Ergebnisse.

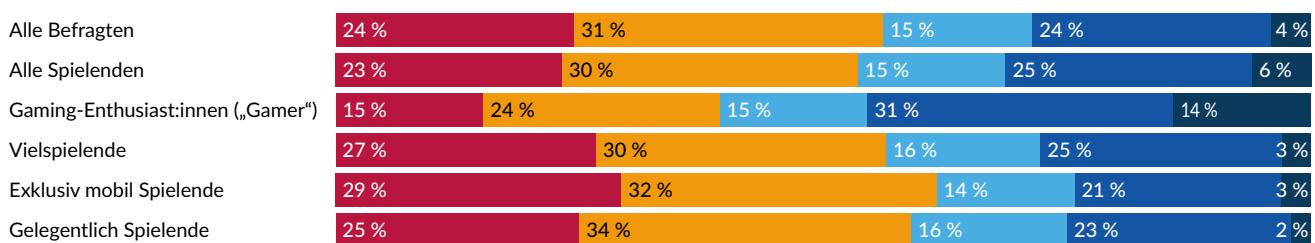
Quelle: eigene Darstellung

BertelsmannStiftung

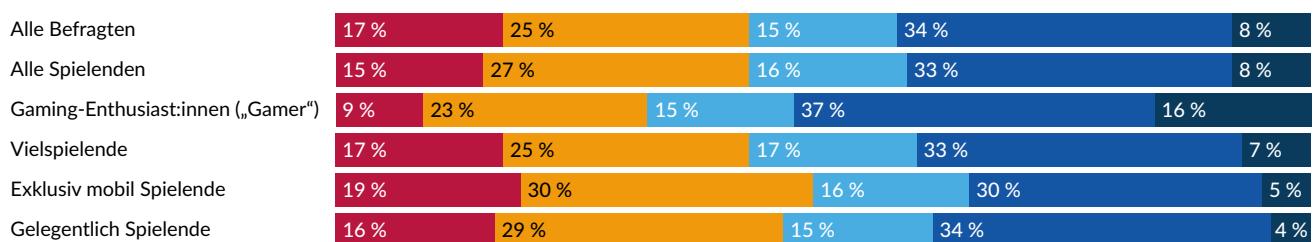
ABBILDUNG 9b Vertrauen in Demokratie und Politik

■ stimme überhaupt nicht zu ■ stimme eher nicht zu ■ teils/teils ■ stimme eher zu ■ stimme voll und ganz zu

„Die Politik tut genug für Menschen wie mich.“



„Die Politik in Deutschland ist in der Lage, die Herausforderungen der Zukunft zu bewältigen.“



Fehlende Werte: weiß nicht. Ursprüngliche 11er-Skala wurde zu einer 5er-Skala zusammengefasst: Ausprägungen 0 bis 1 zu „stimme überhaupt nicht zu“, 2 bis 4 zu „stimme eher nicht zu“, 6 bis 8 zu „stimme eher zu“ und 9 bis 10 zu „stimme voll und ganz zu“. Prozentwerte summieren sich infolge von Rundungen nicht immer auf 100. Basis: alle Befragten; gewichtete Ergebnisse.

Quelle: eigene Darstellung

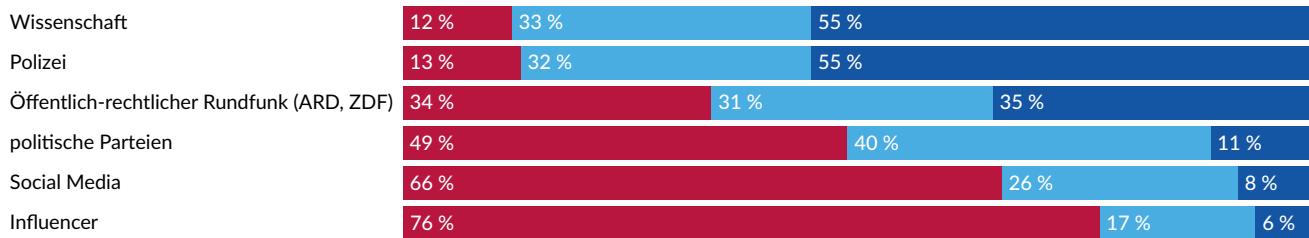
BertelsmannStiftung

ABBILDUNG 10 Vertrauen in Institutionen: Alle Befragten vs. Enthusiast:innen

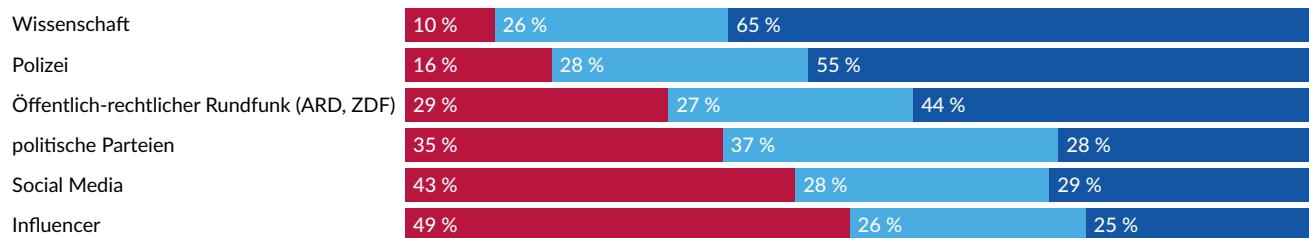
Bitte geben Sie für die folgenden Institutionen an, wie viel Vertrauen Sie in sie haben.

■ geringes/überhaupt kein Vertrauen ■ teils/teils ■ (sehr) großes Vertrauen

Alle Befragten



Gaming-Enthusiast:innen („Gamer“)



Fehlende Werte: weiß nicht. Prozentwerte summieren sich infolge von Rundungen nicht immer auf 100. Basis: alle Befragten; gewichtete Ergebnisse.

Quelle: eigene Darstellung

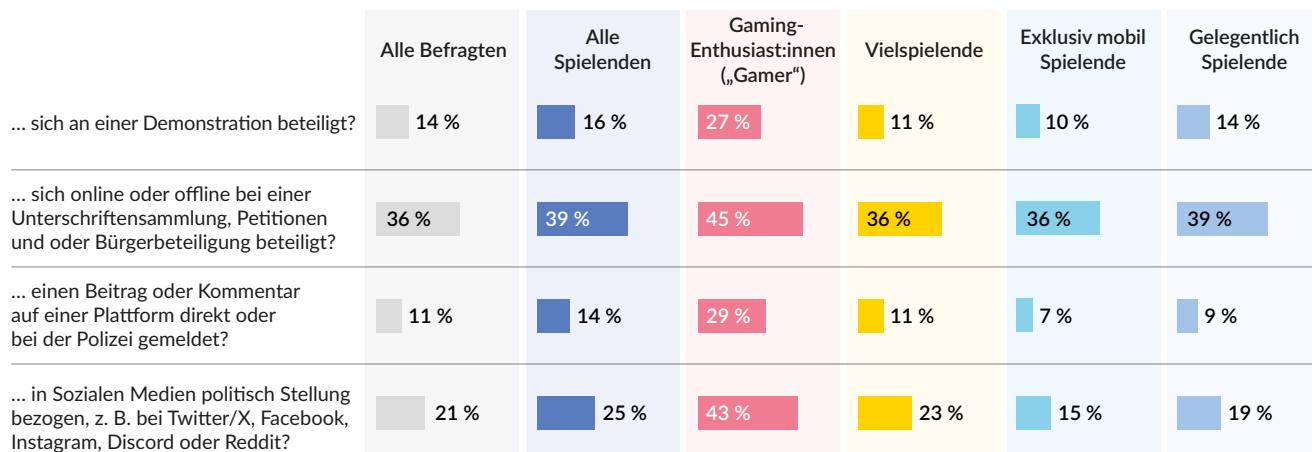
| BertelsmannStiftung

öffentlichen Rundfunk (siehe Abbildung 10). Gemäß ihrer großen Digitalaffinität ist auch ihr Vertrauen in Social Media sowie in Influencer:innen deutlich höher. Dieses Vertrauensmuster unterscheidet sich signifikant von der eher skeptisch-distanzierten Grundhaltung vieler anderer Spielendengruppen (z. B. exklusiv mobil oder Vielspielende, siehe Abbildung A2 im Anhang ergänzend zu Abbildung 10).

Während die Gesamtgruppe aller Spielenden bei dem Vertrauenthema dem Bevölkerungsdurchschnitt sehr nahe kommt, ergibt sich vor allem für die Gruppe der Enthusiast:innen ein komplexes Gesamtbild: Sie zeichnen sich durch ein hochgradig digitalisiertes, differenziert positives Vertrauensprofil aus. Diese Spieler:innen sind keine medial Entfremdeten, sondern kritisch-selektive Informationsnutzer:innen mit ausgeprägtem Vertrauen in Demokratie und Institutionen – sofern sie diese als leistungsfähig erleben. Für politische Bildung und Demokratiearbeit ergibt sich daraus eine doppelte Herausforderung: Sie muss die Anschlussfähigkeit an digitale Erfahrungsräume sichern und zudem Vertrauen nicht nur über Inhalte, sondern über erlebbare politische Relevanz herstellen.

ABBILDUNG 11 Gesellschaftliches Engagement

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, sich für etwas einzusetzen. Haben Sie im Verlauf der letzten zwölf Monate ...



Fehlende Werte: nein, keine Angabe. Basis: alle Befragten; gewichtete Ergebnisse.

Quelle: eigene Darstellung

| BertelsmannStiftung

3.5 Politisches Engagement der Spielenden

Im Bereich der politischen Partizipation zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den verschiedenen Spieler:innen-Gruppen. Besonders auffällig ist das große zivilgesellschaftliche Engagement der Gaming-Enthusiast:innen: 27 Prozent dieser Gruppe geben an, in den vergangenen zwölf Monaten an einer Demonstration teilgenommen zu haben – deutlich mehr als im Durchschnitt aller Spielenden (16 %) oder unter Nichtspielenden (10 %, siehe Abbildung 11). Auch bei Beteiligungsformen wie Petitionen, Unterschriftensammlungen oder Bürgerbeteiligungsverfahren zeigen Enthusiast:innen mit 45 Prozent ein signifikant höheres Engagement als der Gesamtdurchschnitt (39 %).

Ein ähnliches Bild zeigt sich bei anderen Formen politischen Engagements: 29 Prozent der Enthusiast:innen haben nach eigenen Angaben bereits Beiträge oder Kommentare mit problematischen Inhalten auf Plattformen oder bei der Polizei gemeldet. Unter allen Spielenden liegt dieser Anteil bei 14 Prozent, unter den Nichtspielenden bei nur neun Prozent. Besonders stark fallen die Unterschiede bei den politischen Stellungnahmen in sozialen Medien aus: 43 Prozent der Enthusiast:innen geben an, sich in den letzten zwölf Monaten auf Plattformen wie Discord, Reddit oder Twitter politisch geäußert zu haben – ein Wert, der deutlich über dem Gesamtdurchschnitt von 25 Prozent liegt.

Im Gegensatz dazu zeigen sich mobil Spielende als politisch eher passiv. Nur zehn Prozent dieser Gruppe haben an Demonstrationen teilgenommen, 36 Prozent unterstützten Petitionen oder Bürgerbeteiligungen, lediglich sieben Prozent meldeten problematische Beiträge und nur 15 Prozent gaben an, sich politisch in sozialen Medien geäußert zu haben. Vielspielende hingegen liegen in puncto politisches Engagement sehr nahe an der Gesamtheit aller Befragten; ihre Zustimmungswerte bewegen sich im mittleren Bereich der Vergleichsgruppen.

Die große digitale Affinität der Enthusiast:innen, auch begründet durch das eher niedrige Alter und das große Maß an politischer Interessiertheit dieser Gruppe, geht nachweislich einher mit einem höheren zivilgesellschaftlichen Engagement. Gaming-Enthusiast:innen zeigen sich nicht nur überdurchschnittlich aktiv, sondern nutzen sowohl klassische als auch digitale Formen politischer Artikulation, um ihrer Meinung Gehör zu verschaffen.

4 | Menschenfeindlichkeit und die eigene Einbindung in der Gesellschaft

Bisherige Forschung zu Gaming-Communitys zeigt – nach Killerspiel- und Gamergate-Debatten – einen Fokus auf gesellschaftlich problematische Haltungen in weitgehend unregulierten digitalen Räumen: Von Antisemitismus bis Sexismus werden Gaming-Communitys mit verschiedenen Formen gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit in Verbindung gebracht. Die Forschung hat sich seit dem Anschlag in Halle 2019 in diesem Bereich verstärkt und dennoch gibt es viele Forschungslücken sowie eine oft von Stereotypen und Vorurteilen geprägte öffentliche Debatte über die Gruppe „der Gamer“.

Zu den vermeintlich weniger gefährlichen Vorurteilen gehört beispielsweise Einsamkeit sei Ausdruck man-gelnder Sozialkompetenz – die Internetkultur hat hier zahlreiche Bezeichnungen und Phänomene parat: von „Incels“ (vgl. z. B. Kracher 2020) bis zur „Male-Loneliness-Epidemic“, zu der es TikTok-Trends und Reddit-Threads gibt, jedoch keine wissenschaftlichen Belege für den deutschsprachigen Raum.

4.1 Gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit: Antisemitismus, Rassismus, Sexismus und Queerfeindlichkeit

Antisemitische Einstellungen werden im Kontext dieser Studie verstanden als das Zusammenkommen stereotyper und abwertender Überzeugungen und Tropen, in denen Jüd:innenfeindlichkeit zum Ausdruck kommt. Es kann differenziert werden zwischen klassischem („Juden haben auf der Welt zu viel Einfluss“), sekundärem („Es ist falsch, den Deutschen auch heute noch die Verbrechen an den Juden im Nationalsozialismus vorzuwerfen“) und israelbezogenem Antisemitismus („Durch die israelische Politik werden mir die Juden immer unsympathischer“) (Vopel und Schulz 2025).

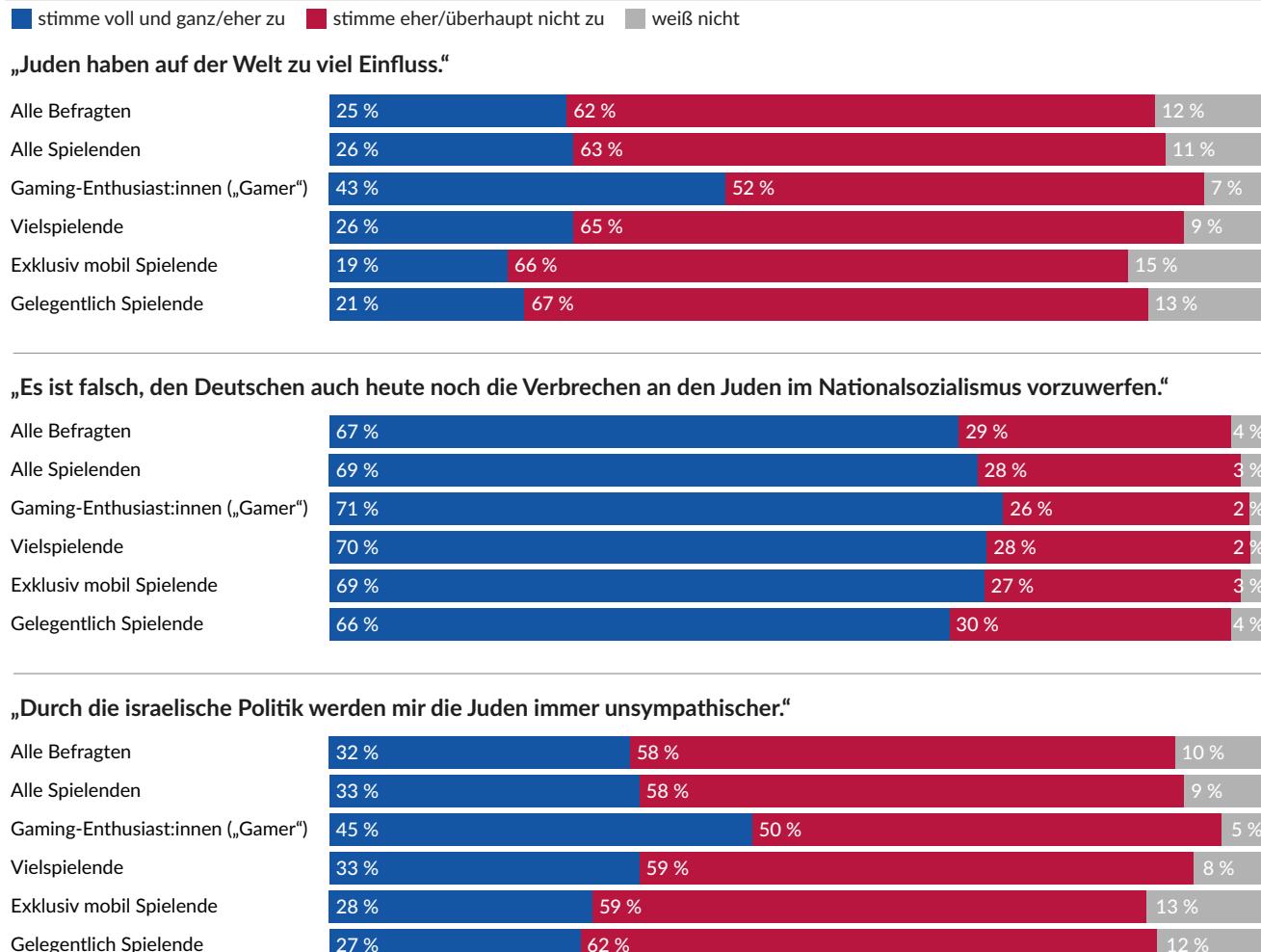
Zu einem Indikator zusammengefasst, zeigt sich bei diesen Items auffällig: Die Gruppe der Enthusiast:innen („Gamer“) weist einen deutlich höheren Antisemitismuswert auf als die anderen Spieler:innen-Gruppen oder Nichtspielende (siehe Abbildung 12). Sie stimmen insbesondere der Aussage, dass Jüd:innen zu viel Einfluss haben, deutlich häufiger zu: Fast jede:r zweite (43 %) der Enthusiast:innen bejaht dies, während es in der gesamten Stichprobe jede:r Vierte (25 %) tut. Die hohe Zustimmung dieser Gruppe dürfte eng verbunden sein mit ihrer demographischen Zusammensetzung:

Die aktuelle Israel-Studie der Bertelsmann Stiftung sieht bei jungen Männern unter 40 Jahren den höchsten Zustimmungswert bei dieser Frage (36 %) und macht sowohl einen Alters- als auch einen Geschlechtseffekt (Vopel und Schulz 2025: 11) aus. Innerhalb der Enthusiast:innen-Gruppe unterscheiden sich die Geschlechter bei dieser Frage jedoch kaum (42 % bei Frauen und 43 % bei Männern).

Ein ähnliches Bild zeigt sich beim sekundären wie auch beim israelbezogenen Antisemitismus: Gaming-Enthusiast:innen zeigen jeweils höhere Zustimmungswerte als die anderen Spieler:innen-Gruppen.

Sexismus und Antifeminismus wurden mittels erprobter Itemsets aus der Mitte-Studie (Zick et al. 2023) und der Leipziger Autoritarismus-Studie (Decker et al. 2024) erhoben: Dabei meint Sexismus die Aufrechterhaltung und Reproduktion traditioneller Geschlechterrollen (z. B. „Frauen sollten sich wieder mehr auf die Rolle der Ehefrau und Mutter besinnen“), die ebenfalls eine Aufwertung des Mannes und eine Unterordnung bzw. Abwertung der Frau beinhalten. Antifeminismus

ABBILDUNG 12 Antisemitische Einstellungen



Prozentwerte summieren sich infolge von Rundungen nicht immer auf 100. Basis: alle Befragten; gewichtete Ergebnisse.

Quelle: eigene Darstellung

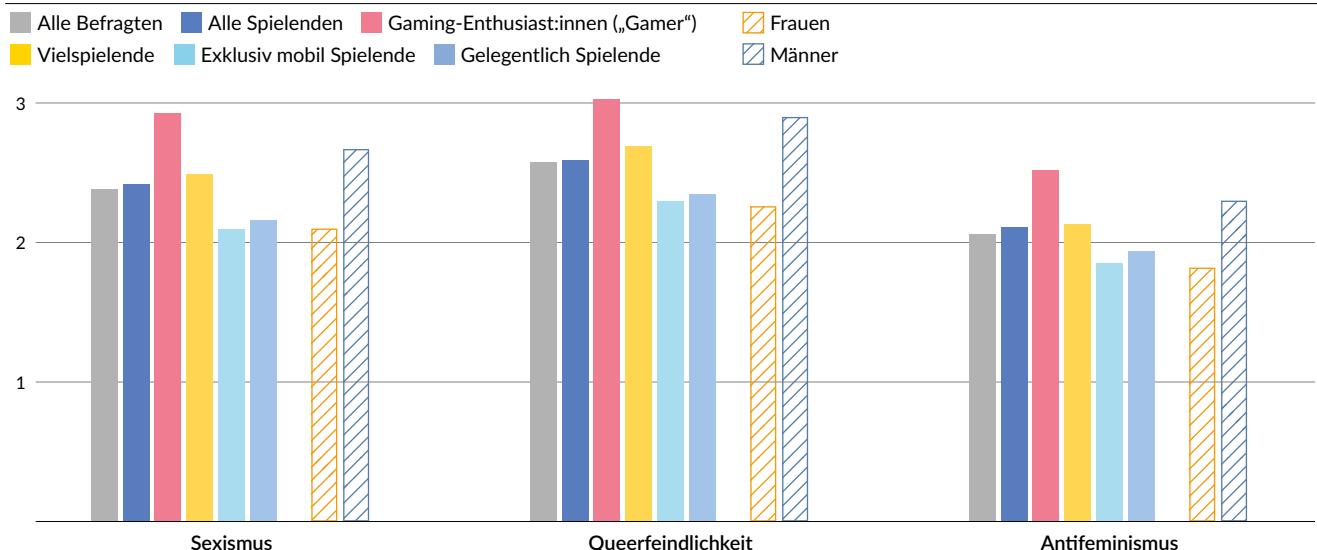
BertelsmannStiftung

bezeichnet darüber hinausgehend einen politischen Widerstand gegen die geschlechtliche Gleichberechtigung und eine Bewegung gegen feministische Emanzipationsbestrebungen (Kalkstein et al. 2024).

Erhoben wird Antifeminismus mit drei Items aus der Leipziger Autoritarismus-Studie (z. B. „Frauen machen sich in der Politik häufig lächerlich“). Sowohl in puncto Sexismus als auch beim Antifeminismus zeigt sich ein deutlich erhöhter Skalenwert bei den Gaming-Enthusiast:innen im Vergleich zur Gesamtstichprobe, aber auch verglichen mit den anderen Spieler:innen-Typen. Die exklusiv mobil Spielenden stechen mit dem niedrigsten Wert von 2,1 auf der Sexismus-Skala nach der Mitte-Studie hervor, während die Grundgesamtheit einen Mittelwert von 2,38 und die Enthusiast:innen einen Durchschnitt von 2,93 aufweisen – wobei ein höherer Wert jeweils eine höhere Zustimmung zu den Sexis-

mus-Items bedeutet (siehe Abbildung 13). Dieser Unterschied könnte in der Zusammensetzung der Gruppen begründet sein: Die höchsten Sexismus-Zustimmungswerte finden sich in der Gruppe der jungen Männer unter 35 Jahren. Frauen haben grundsätzlich niedrigere Werte. So stimmt beispielsweise mehr als jeder dritte unter 35-jährige Mann (37 %) der Aussage zu, Frauen sollten sich mehr auf ihre Rolle als Ehefrau und Mutter besinnen. Von den jungen Frauen denkt dies nur jede sechste (16 %). Vergleichbare Beobachtungen lassen sich für das Thema Antifeminismus machen. 39 Prozent der Gaming-Enthusiast:innen finden, dass Frauen sich in der Politik häufig lächerlich machen – damit stimmen sie dieser Aussage doppelt so oft zu wie die Grundgesamtheit der Befragten. Auch hier lässt sich feststellen, dass Männer signifikant höhere Werte als Frauen zeigen (2,3 vs. 1,82), wobei vor allem junge Männer auffallend oft antifeministischen Aussagen zustimmen.

ABBILDUNG 13 Sexismus, Antifeminismus und Queerfeindlichkeit



Der Sexismus-Index nach der Mitte-Studie wurde durch vier Items berechnet, indem die Werte der vier Items summiert und anschließend durch vier geteilt wurden. Der Queerfeindlichkeit-Index wurde durch die ersten zwei Sexismus-Items berechnet, indem die Werte der zwei Items summiert und anschließend durch zwei geteilt wurden. Fehlende Werte bei einzelnen Items wurden durch die Durchschnittswerte aller Befragten bei diesem Item ersetzt. Um eine Vergleichbarkeit mit der Mitte-Studie zu erreichen, wurde die ursprüngliche 11er-Skala zu einer 5er-Skala umcodiert. Der Antifeminismus-Index nach der Leipziger Autoritarismus-Studie wurde durch drei Items berechnet, indem die Werte der drei Items summiert und anschließend durch drei geteilt wurden. Fehlende Werte bei einzelnen Items wurden durch die Durchschnittswerte aller Befragten bei diesem Item ersetzt. Um eine Vergleichbarkeit mit der Leipziger Autoritarismus-Studie zu erreichen, wurde die ursprüngliche 11er-Skala zu einer 5er-Skala umcodiert. Da jedoch nicht alle Items aus der Leipziger Autoritarismus-Studie abgefragt wurden, ist eine Vergleichbarkeit nur bedingt möglich. Basis: alle Befragten; gewichtete Ergebnisse.

Quelle: eigene Darstellung

Bertelsmann Stiftung

Queerfeindlichkeit wurde als Teil der (Hetero-)Sexismus-Skala erhoben, die eine ablehnende bzw. missbilligende Haltung gegenüber Homosexualität und trans* Personen abfragt („Es ist ekelhaft, wenn Homosexuelle sich in der Öffentlichkeit küssen“ und „Ich finde es albern, wenn ein Mann lieber eine Frau sein will oder umgekehrt, eine Frau lieber ein Mann“; Mokros & Zick 2023: 158). Auch hier zeigen sich die höchsten Zustimmungswerte bei der Gruppe der Gaming-Enthusiast:innen – und wiederum im Zusammenhang mit dem Geschlecht: Fast jeder zweite Mann (42 %) und jeder zweite Gaming-Enthusiast (49 %) stimmt der transfeindlichen Aussage zu, es albern zu finden, wenn ein Mann lieber eine Frau sein will oder umgekehrt, eine Frau lieber ein Mann. Im Gesamtdurchschnitt ist es nur jede dritte Person (33 %), bei Frauen (24 %) oder den exklusiv mobil Spielenden (27 %) geht die Tendenz eher zu jeder Vierten.

Lediglich im Bereich Rassismus – also der ablehnenden Haltung gegenüber Menschen, die als „Fremde“ mit einer „anderen Herkunft“ klassifiziert werden (unabhängig von ihrer tatsächlichen Herkunft) – zeigen sich kaum Unterschiede zwischen den verschiedenen Spieler:innen-Typen. Vielmehr stehen hier die Bildung und das

Wahlverhalten im Zusammenhang mit der Zustimmung zu rassistischen Aussagen: Befragte mit hoher Bildung, SPD-, Grüne- und Linke-Wählende zeigen die geringsten Werte im Gegensatz zu AfD-Wählenden.

Bei all diesen Kategorien gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit zeigt sich ein Zusammenhang mit den Wahlentscheidungen: AfD-Wähler:innen haben in allen Bereichen höhere Zustimmungswerte, Wähler:innen der Linken und Grünen weisen signifikant weniger gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit auf.

Wichtig ist zu betonen, dass sich aus dieser Untersuchung nicht der Schluss ziehen lässt, Gaming als solches sei Ursache für antisemitische, sexistische oder queerfeindliche Einstellungen. Allerdings zeigen sich bei bestimmten Teilgruppen – insbesondere den Enthusiast:innen – signifikant höhere Zustimmungsraten zu menschenfeindlichen Aussagen. Neben Alter und Geschlecht dürfte weniger das Spielen an sich entscheidend sein, sondern die digitalen Umgebungen und sozialen Kontexte, in denen sich die Spielenden bewegen.

Enthusiast:innen verbringen überdurchschnittlich viel Zeit in interaktiven Online-Räumen, die geprägt sein können von hoher Kommunikationsdichte, schwacher sozialer Regulierung und teils problematischen Diskurskulturen. Dort entstehen Community-Strukturen, die sowohl integrativ als auch exkludierend wirken können – je nachdem, welche Akteur:innen, Narrative und kulturellen Codes prägend sind. Menschenfeindliche Einstellungen werden also nicht durch Gaming generiert, können aber in bestimmten digitalen Teil-

räumen, die auch rund um Games existieren, verstärkt werden – etwa dort, wo sich problematische Influencer:innen, Submilieus oder Echokammern ausbilden. Welche Dynamiken genau dazu führen, dass bei den Enthusiast:innen – aber eben auch unter Männern und AfD-Wählenden – diese Formen der Menschenfeindlichkeit auffällig hoch sind, muss weiter untersucht werden. Eine tiefergehende qualitative Analyse dieser Umfelder wäre ein nächster sinnvoller Schritt.

4.2 Einsamkeit als demokratierelevanter Faktor

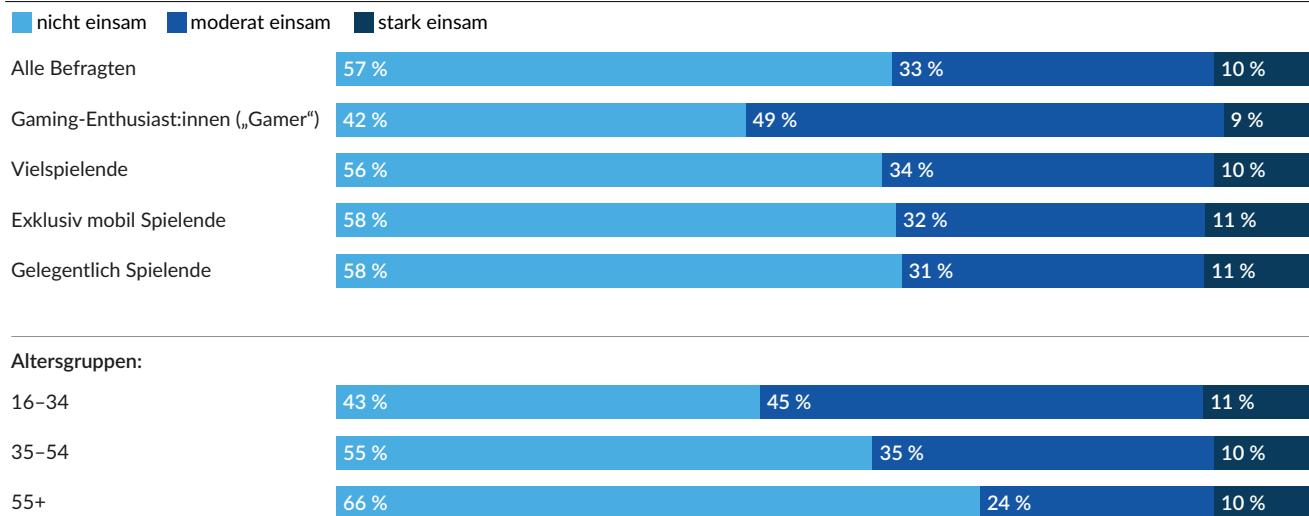
Gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit lässt sich als Ausdruck tieferliegender demokratiskeptischer und autoritärer Tendenzen interpretieren. Wenn abwertende Haltungen gegenüber bestimmten gesellschaftlichen Gruppen normalisiert werden, untergräbt dies nicht nur den sozialen Zusammenhalt, sondern auch grundlegende Prinzipien demokratischer Kultur wie Gleichwertigkeit, Teilhabe und Pluralität. Doch solche Haltungen entstehen nicht im luftleeren Raum. Vielmehr verweisen sie auf komplexe gesellschaftliche Prozesse, in denen soziale Isolation, mangelnde Anerkennung und Entfremdung eine zentrale Rolle spielen. Daher lohnt sich ein genauerer Blick auf das Thema „Einsamkeit“, das seit der Corona-Pandemie nicht mehr als primäres Phänomen hochaltriger Menschen zu sehen ist.

Junge Menschen sind seitdem die einsamste Altersgruppe: Knapp die Hälfte der 16- bis 30-Jährigen fühlt sich einsam (Steinmayr et al. 2024). Einsamkeit bezeichnet das unangenehme, schmerzhafte Gefühl, das entsteht, wenn Menschen die Menge und die Qualität ihrer sozialen Kontakte und Beziehungen als unzureichend empfinden (Luhmann 2022; Peplau und Perlman 1982). Allerdings ist Einsamkeit nicht nur ein individuelles Leidensgefühl, sondern auch eine demokratie-relevante Herausforderung: Bei Menschen, die sich häufig einsam, unverbunden und unverstanden fühlen, ist einerseits die Wahrscheinlichkeit höher, dass sie Verschwörungserzählungen glauben, politische Gewalt billigen und autoritären Haltungen zustimmen (Neu et al. 2023), und andererseits zeigen einsame Menschen niedrigere politische Selbstwirksamkeitserwartungen und eine geringere Zufriedenheit mit der Demokratie als Staatsform an sich (Heinz 2025).

Auch die vorliegende Befragung zeigt, dass Einsamkeit ein Problem ist, das stark mit dem Alter zusammenhängt: 56 Prozent der 16- bis 34-Jährigen sind mindestens moderat einsam, elf Prozent sind stark einsam (siehe Abbildung 14). Der Vergleich mit anderen Studien, die ebenfalls die Einsamkeitsskala von de Jong Gierveld und van Tilburg (2006) zur Erhebung nutzten, zeigt somit eine noch stärkere Verbreitung von Einsamkeit bei jungen Menschen in Deutschland (46 % bei Steinmayr et al. 2024, 51 % bei Luhmann et al. 2024). Der in dieser Studie ermittelte Wert nähert sich also dem europäischen Durchschnitt an (57 % bei Luhmann et al. 2024). Stabil scheint der Anteil der stark einsamen jungen Menschen in Deutschland – mit zehn bis zwölf Prozent – über die verschiedenen Erhebungen zu sein. In der Gruppe 55+ zeigt sich mit insgesamt 34 Prozent die geringste Ausprägung von Einsamkeit.

Zwischen den verschiedenen Spieler:innen-Typen gibt es kaum Unterschiede: Vielspielende, gelegentlich und exklusiv mobil Spielende sind alle in ähnlich hohem Maße – zu etwa 43 Prozent – von Einsamkeit betroffen. Auffällig ist lediglich die Gruppe der Enthusiast:innen: 58 Prozent von ihnen, mehr als jede:r Zweite, fühlen sich einsam – allerdings lassen sich davon nur neun Prozent der Gruppe der stark Einsamen zuordnen; der Großteil (49 %) zeigt sich als moderat einsam. Da vor allem starke Einsamkeit, wenn sie chronisch wird, viele Risiken für die mentale und körperliche Gesundheit birgt (Steinmayr et al. 2024), ist die erhöhte Zahl eisamer Menschen unter den Enthusiast:innen zwar ein Warnsignal, sollte jedoch aufgrund des relativ geringen Anteils der stark Einsamen nicht überinterpretiert werden.

ABBILDUNG 14 Einsamkeit



Percentwerte summieren sich infolge von Rundungen nicht immer auf 100. Für die Berechnung der Einsamkeit wurden starke und leichte Zustimmung für die Items zur emotionalen Einsamkeit sowie starke und leichte Ablehnung für die Items zur sozialen Einsamkeit gezählt (de Jong Gierveld & Kamphuis 1985; Diehl et al. 2018). Das Ergebnis war ein Wert von 0 oder 1 pro Aussage. Anhand der Antworten wurden drei Gruppen unterschieden: „nicht einsam“ (0-1), „moderat einsam“ (2-4) und „stark einsam“ (5-6).

Basis: alle Befragten; gewichtete Ergebnisse.

Quelle: eigene Darstellung

| Bertelsmann Stiftung

Laut der vorliegenden Erhebung nimmt Einsamkeit mit höherer Bildung ab. In anderen Studien zutage tretende Geschlechtereffekte, wonach Frauen stärker von Einsamkeit betroffen sind, zeigen sich in dieser Stichprobe nicht. Nicht die Zugehörigkeit zur Gruppe der Enthusiast:innen ist der entscheidende Faktor für Einsamkeit, sondern das Alter und die Bildung der Befragten. Dies deutet darauf hin, dass gaming-spezifische Faktoren allein keine ausreichende Erklärung für erhöhte Einsamkeitswerte liefern.

Einsamkeit ist und bleibt vor allem ein Problem junger Menschen. In dieser Erhebung ließen sich keine klaren Zusammenhänge von Einsamkeit und Gaming finden, auch wenn das Stereotyp des „einsamen Gamers“ verbreitet ist (vgl. Kapitel 5.5.2 zu Vorurteilen gegenüber Gaming). Vielmehr kann Gaming gerade in schwierigen Phasen soziale Anschlussmöglichkeiten für die besonders betroffene Altersgruppe junger Menschen bieten. Zahlreiche Menschen finden über Gaming Freundschaften oder fühlen sich in Online-Communitys verstanden und eingebunden (vgl. im folgenden Kapitel den Abschnitt „Gaming-Communitys als soziale Ankerpunkte junger Menschen“).

5 | Games als politisches Medium? Gesellschaft, Politik und Identität

5.1 Der politische Charakter von Games

Die Frage, ob digitale Spiele ein politisches Medium sind, begleitet Gaming seit den Anfängen – in der Wissenschaft ist die Antwort längst gefunden (Pfister 2018). Spiele sind politisch, so wie alle Medien politisch sind. In der öffentlichen Wahrnehmung der Spielenden ist diese Einordnung jedoch umstritten, wie die Erhebungsdaten zeigen.

So stimmen acht Prozent der mobil Spielenden, 15 Prozent der gelegentlich und 21 Prozent der Vielspielenden der Aussage zu, dass in Videospielen oft gesellschaftspolitische Themen aufgegriffen werden, womit sich interessante Rückschlüsse auch auf die genutzten Games-Titel der jeweiligen Spieler:innen-Typen ziehen lassen (siehe Abbildung 15 sowie Tabelle A2 im Anhang). Dass Games durchaus gesellschaftspolitische Themen aufgreifen sollten, sagen elf Prozent der mobil, 18 Prozent der gelegentlich und

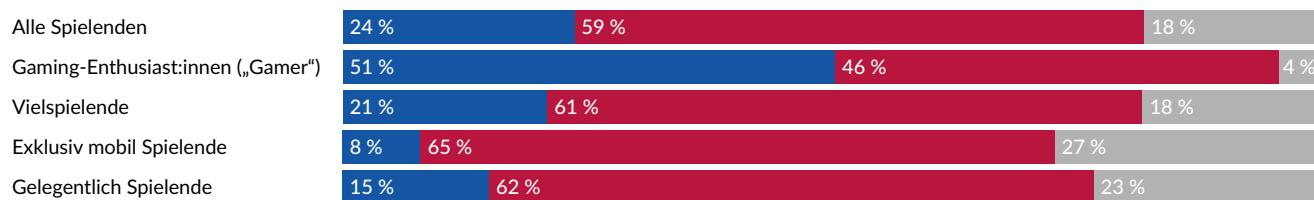
22 Prozent der Vielspielenden. Bewusst zu Games mit gesellschaftspolitischen Themen greift lediglich eine Minderheit von vier Prozent der mobil, neun Prozent der gelegentlich und 13 Prozent der Vielspielenden. Diese Zusammenschau der Spieler:innen-Typen deutet bereits an: Je näher die Befragten Gaming-Kulturen stehen, desto stärker polarisiert ist das Bild vom gesellschaftspolitischen Charakter, den Games in der Wahrnehmung der Befragten haben (sollten).

Spielende, die Gaming ausschließlich mobil nutzen, sehen dessen gesellschaftspolitischen Charakter am wenigsten, trotz teils hochintensiver Nutzung des Mediums. Das mag auch mit den gespielten Titeln im Zusammenhang stehen, denn 80 Prozent der mobil Spielenden nutzen hauptsächlich Denk-, Geschicklichkeits- und Puzzlegames wie Candy Crush oder Solitaire, die oft weniger komplexe Kontexte und

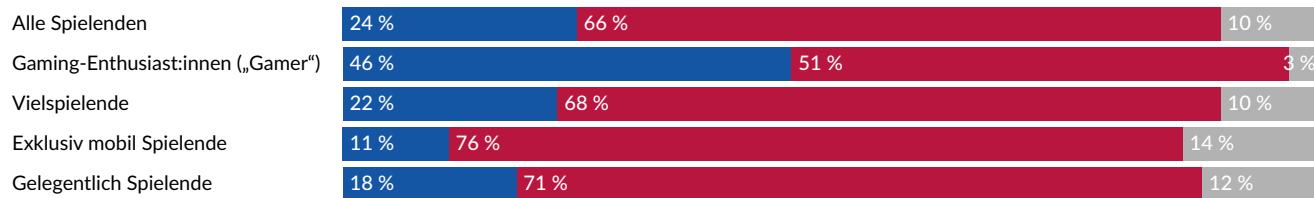
ABBILDUNG 15 Gesellschaftspolitische Themen in Games

■ stimme voll und ganz/eher zu ■ stimme eher/überhaupt nicht zu ■ weiß nicht

„In Games werden oft gesellschaftspolitische Themen adressiert.“



„Mir ist es wichtig, dass Games auch gesellschaftspolitische Themen aufgreifen.“



Prozentwerte summieren sich infolge von Rundungen nicht immer auf 100. Basis: alle Spieler:innen; gewichtete Ergebnisse.

ABBILDUNG 16 Ablehnung von gesellschaftspolitischen Themen in Games



Prozentwerte summieren sich infolge von Rundungen nicht immer auf 100. Basis: alle Spieler:innen; gewichtete Ergebnisse.

Quelle: eigene Darstellung

| Bertelsmann Stiftung

Narrative aufweisen. Gleichzeitig wird dieses Genre von allen anderen Spieler:innen-Typen am seltensten genutzt.

Am stärksten nehmen die Enthusiast:innen die gesellschaftspolitische Rolle von Games wahr: Gut die Hälfte (51 %) stimmt zunächst der bloßen Beobachtung zu, dass in Games oft gesellschaftspolitische Themen adressiert werden – ein Wert, der mehr als doppelt so hoch ist im Vergleich zu allen anderen Spieler:innen-Typen. 46 Prozent der befragten Enthusiast:innen heißen das auch gut und fordern, dass Games sich durchaus mit gesellschaftspolitischen Themen befassen sollten. Dabei deutet eine im Vergleich zu den anderen Spieler:innen-Typen seltene „Weiß nicht“ Nennung („Games sollten gesellschaftspolitische Themen aufgreifen“, 3 %; „Ich spiele bewusst Games mit gesellschaftspolitischen Themen“, 2 %) eine starke Meinung dieser Gruppe bei diesem Themenkomplex an. Mehr als ein Drittel, 40 Prozent der Enthusiast:innen, entscheidet sich sogar aktiv für Games, die konkrete gesellschaftspolitische Themen zum Gegenstand haben. Die Zustimmungsrate ist damit dreimal so hoch wie bei jedem anderen Spieler:innen-Typus.

Dem gegenüber steht wiederum eine Mehrheit von 63 Prozent der befragten Enthusiast:innen, die der Aussage zustimmen, dass gesellschaftspolitische Themen in Games nichts verloren haben (Zustimmung: mobile Spieler:innen 57 %, gelegentlich Spielende 52 %, Vielspielende 59 %, siehe Abbildung 16).

Konkret bedeutet das: Je näher Spieler:innen dem Medium Games stehen – etwa weil sie es häufig nutzen und sich über die Bezeichnung „Gamer“ stark mit der zugehörigen Kultur identifizieren –, desto bewusster ist ihnen der gesellschaftspolitische Gehalt des Mediums und desto deutlicher tritt eine Haltung dazu zutage. Bei den Enthusiast:innen zeigt sich dabei nicht nur ein signifikant höheres Maß an Wahrnehmung und Engagement in Bezug auf gesellschaftspolitische Inhalte in Games, sondern vor allem ein klar polarisierter Zugang: Während ein Teil dieser Gruppe aktiv politische Spiele auswählt und deren Relevanz betont, lehnt ein ähnlich großer Anteil solche Themen in Games kategorisch ab. Diese Spannbreite markiert die Enthusiast:innen als diskursiv besonders aufgeladene Teilgruppe, deren intensive Auseinandersetzung mit dem Medium zu einer Zuspitzung von Einstellungen führt – sowohl in affirmativer als auch in ablehnender Hinsicht.

Neben der Intensität des Spielens dürfte auch das insgesamt größere politische Interesse innerhalb der Gruppe der Enthusiast:innen (66 % vs. 53 % im Durchschnitt aller anderen Spielenden) eine weitere Erklärung dafür sein, dass ausgerechnet sie stärker an der gesellschaftlichen Verortung des Mediums partizipieren: Sie nehmen Games nicht als isolierte Spielräume wahr, sondern als Projektionsflächen für politische Überzeugungen – und ordnen sie entsprechend bewertend ein. Der gesellschaftspolitische Charakter von Games wird also gerade dort besonders verhandelt, wo das Medium am intensivsten genutzt wird.

5.2 Rolle und Bedeutung von Gaming-Communitys

Die Diskussion um den politischen Charakter von Games ist indes nicht auf das Medium selbst beschränkt, sondern entfaltet ihre Relevanz auch im sozialen Raum, den Gaming-Communitys in all ihrer Diversität bieten. Diese digitalen Netzwerke rund um Games – Plattformen wie Twitch, Discord oder Reddit sowie Influencer:innen selbst – sind zu wichtigen Orten politischer Auseinandersetzung und alltäglicher Interaktion geworden. Für viele Spielende sind sie mehr als nur Foren für Spielstrategien oder Techniktipps: Sie fungieren als soziale Mikroräume, in denen Austausch, Anerkennung und Zugehörigkeit erfahren sowie Freundschaften geschlossen werden.

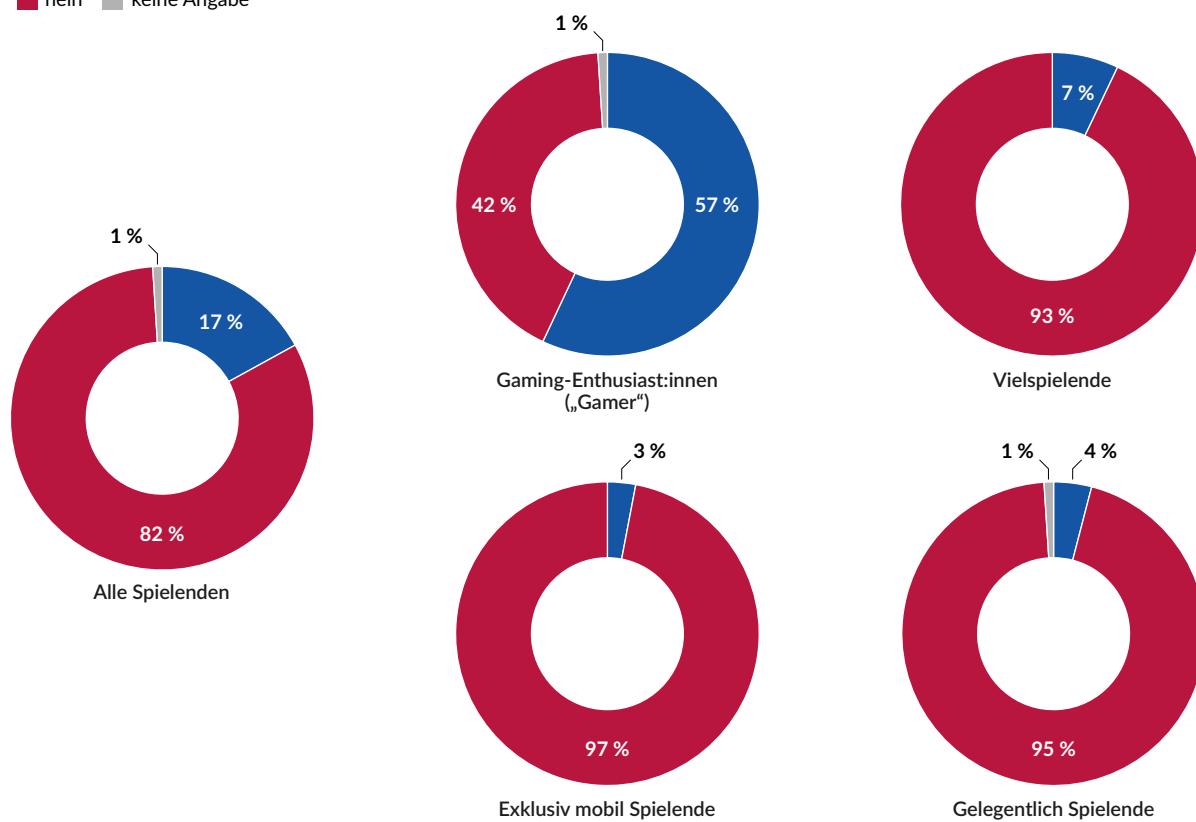
So sehen sich 17 Prozent aller Spielenden selbst als Teil einer oder mehrerer Gaming-Communitys – unter den Enthusiast:innen ist es mit 57 Prozent eine deutliche Mehrheit (siehe Abbildung 17). Dabei scheint die

soziale Bedeutung dieser Räume groß, denn 87 Prozent der Community-Mitglieder geben an, sich dort verstanden und unterstützt zu fühlen – bei den Enthusiast:innen sind es sogar 91 Prozent. Auch zeigt sich, dass dieser digitale Austausch keineswegs oberflächlich oder belanglos ist, sondern im Gegenteil durchaus tiefe zwischenmenschliche Beziehungen zur Folge haben kann. Fast ein Drittel aller befragten Spielenden (32 %) hat über Games bereits Freundschaften geschlossen – eine bemerkenswert hohe Zahl. Vor allem für Enthusiast:innen sind Gaming-Communitys Orte zwischenmenschlicher Beziehungen, denn mehr als zwei Drittel – 79 Prozent von ihnen – geben an, schon Freundschaften über Gaming geschlossen zu haben. Dabei bleiben die zwischenmenschlichen Bindungen und Freundschaften häufig nicht im digitalen Raum, sondern übersetzen sich auch ins Analoge: Zwei Drittel der Enthusiast:innen (67 %) sowie mehr als ein Viertel

ABBILDUNG 17 Vor allem Gaming-Enthusiast:innen sehen sich als Teil von Gaming-Communitys

Fühlen Sie sich einer Gaming-Community zugehörig?

■ ja ■ nein ■ keine Angabe



Prozentwerte summieren sich infolge von Rundungen nicht immer auf 100. Basis: alle Spieler:innen; gewichtete Ergebnisse.

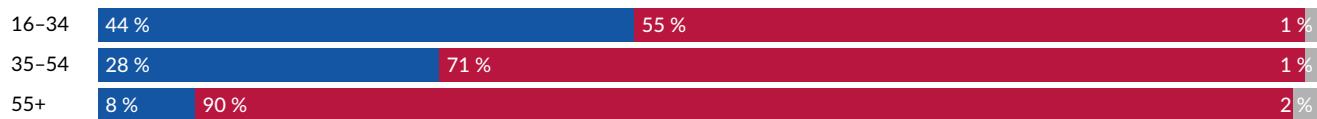
ABBILDUNG 18 Soziale Aspekte von Gaming – eine Frage des Alters?

■ stimme voll und ganz/eher zu ■ stimme eher/überhaupt nicht zu ■ weiß nicht

„Ich habe über Gaming bereits Freundschaften geschlossen.“



„Ich habe Personen, die ich übers Gaming kennengelernt habe, bereits in der analogen Welt getroffen.“



„In meinen Gaming-Communitys fühl ich mich verstanden und unterstützt.“*



„Gaming hilft mir, mich weniger allein zu fühlen.“



Prozentwerte summieren sich infolge von Rundungen nicht immer auf 100. Basis: alle Spieler:innen; gewichtete Ergebnisse.

* Alle Spieler:innen, die angeben, Teil einer Gaming-Community zu sein.

Quelle: eigene Darstellung

| Bertelsmann Stiftung

aller Spielenden (27 %) haben Personen, die sie übers Gaming online kennengelernt haben, bereits in der analogen Welt getroffen.

5.2.1 Gaming-Communitys als soziale Ankerpunkte junger Menschen

Die große Bedeutung von Gaming-Communitys für den Typus der Enthusiast:innen deutet bereits an: Diese Communitys haben vor allem für junge Menschen soziale Relevanz. 43 Prozent aller Männer zwischen 16 und 34 Jahren fühlen sich einer Gaming-Community zugehörig; bei den Frauen gleichen Alters sind es immerhin 20 Prozent. Vergleichbar dem Typus der Enthusiast:innen, fühlt sich diese Altersgruppe (85 % der Frauen und 88 % der Männer zwischen 16 und 34 Jahren) in ihren Communitys stark verstanden und unterstützt.

Mehr als jede:r Zweite unter 35 Jahren (53 %) gibt folglich auch an, bereits Freundschaften über Gaming geschlossen zu haben. Besonders ausgeprägt ist dies bei jungen Männern: 68 Prozent der männlichen Spielenden unter 35 Jahren berichten von solchen Freundschaften; bei jungen Frauen sind es mit 36 Prozent mehr als ein Drittel. Die Überführung dieser Freundschaften auch in die analoge Welt gelingt jedoch deutlich häufiger den jungen männlichen Befragten: 28 Prozent der jungen weiblichen Befragten geben an, sich schon mal mit Menschen, die sie übers Gaming kennengelernt haben, in der analogen Welt getroffen zu haben. Bei den jungen männlichen Befragten sind es mit 56 Prozent doppelt so viele.

In der Folge gibt mehr als jede:r zweite Spielende unter 35 Jahren (53 %) an, dass Gaming – ob gemeinsam mit Freund:innen oder der Austausch in Communitys – hilft, sich weniger allein zu fühlen: Dieser Aussage stimmen 62 Prozent der jungen Männer und 42 Prozent der jungen Frauen zwischen 16 und 34 Jahren

zu. In der Gruppe der Enthusiast:innen sind es sogar 75 Prozent – ein Wert, der deutlich über dem Durchschnitt aller Spielenden (35 %) liegt. Vor dem Hintergrund der gesellschaftlichen Diskussion darüber, wie insbesondere junge Menschen besser vor Einsamkeit geschützt und in soziale Kontexte eingebunden werden können (z. B. Heinz 2025), liefern diese Zahlen wichtige Ansatzpunkte, denn sie zeigen: Gaming-Communitys sind vor allem für junge Menschen keine anonymen Orte. Sie können als soziale Räume fungieren, in denen emotionale Bedürfnisse angesprochen werden, Gemeinschaft erfahren wird – und Einsamkeit begegnet werden kann.

Dass die gefühlte Zugehörigkeit zu einer oder mehreren Gaming-Communitys sich direkt auf das Gefühl der Einsamkeit auswirkt, liegt zwar nahe, lässt sich aus dem vorliegenden Datensatz aber nicht unmittelbar ablesen.

5.2.2 Queere Menschen in Gaming-Communitys

Befragte, die sich selbst als homo- oder bisexuell identifizieren, messen Gaming-Communitys eine besondere Rolle bei. Bereits bei der Frage, ob sie sich einer solchen Community zugehörig fühlen, gibt es überdurchschnittlich hohe Zustimmungswerte unter homosexuellen (26 %) und bisexuellen (28 %) Menschen (heterosexuelle Spielende: 16 %). Diese Tendenz setzt sich fort bei der Frage, ob sie bereits Freundschaften über Gaming geschlossen haben (homosexuelle Spieler: 35 %; bisexuelle 44 %; heterosexuelle: 31 %) oder sich in ihren Gaming-Communitys verstanden und unterstützt fühlen.

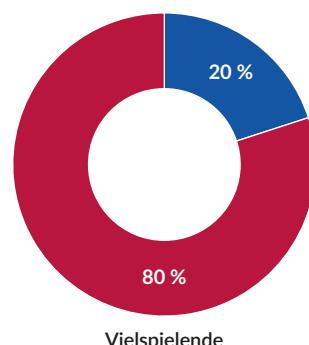
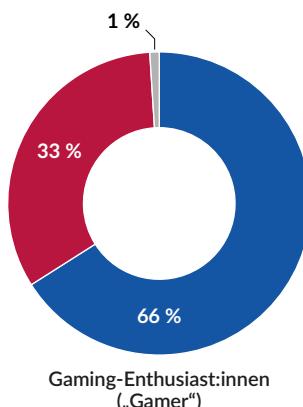
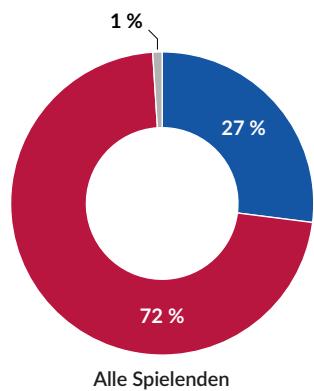
Da Spielende ihre Communitys frei wählen können und bei dieser Frage entsprechend hohe Zustimmungswerte in allen Subgruppen nachweisbar sind, ist hier vor allem die Zustimmung auf der fünfteiligen Antwortskala aussagekräftig: Während 38 Prozent der heterosexuellen Spielenden „voll und ganz“ zustimmen (48 % stimmen „eher zu“), fühlt sich vor allem die Gruppe der bisexuellen Befragten in ihren Communitys stark verstanden und unterstützt, denn 50 Prozent von ihnen stimmen „voll und ganz“ zu (und 43 % stimmen „eher zu“). Dass queere Menschen sich in Gaming-Communitys offenbar besonders gut verstanden fühlen, zeigen die Reaktionen auf die Aussage, dass Gaming hilft, sich weniger allein zu fühlen: Während dieser Frage ein Drittel (33 %) aller heterosexuellen Spielenden zustimmt, findet dieses Item in queeren Communitys wieder eine überdurchschnittlich hohe Bestätigung (homosexuelle Menschen: 51 %, bisexuelle Menschen: 49 %).

Die Ergebnisse deuten an, dass Gaming-Communitys für queere Menschen als Safer Spaces fungieren können, in denen sie Zugehörigkeit, Verständnis und soziale Unterstützung erfahren. Die überdurchschnittlich hohen Zustimmungswerte zu Aussagen über Freundschaften und emotionale Entlastung unter queeren Befragten weisen zudem darauf hin, dass diese digitalen Räume ein besonderes Empowerment-Potenzial bieten – gerade für Gruppen, die im Alltag häufiger mit Ausgrenzung oder Marginalisierung konfrontiert sind. Tiefere Einblicke in die Subgruppen wären an dieser Stelle grundsätzlich wünschenswert, müssen jedoch aufgrund der nicht ausreichenden Stichprobengröße entfallen.

ABBILDUNG 19 Gaming-Influencer spielen für Enthusiast:innen eine größere Rolle

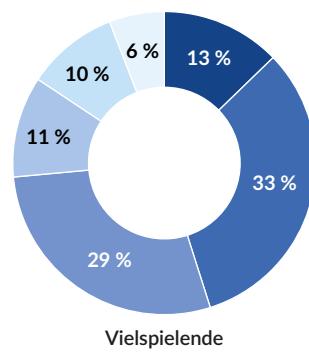
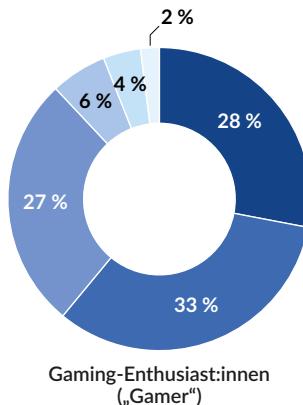
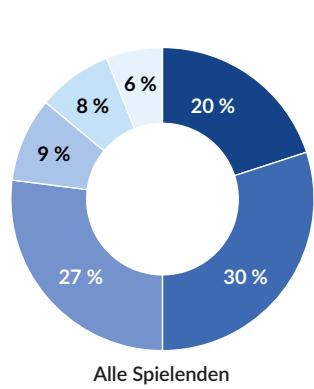
Verfolgen Sie einzelne Influencer (Let's Player, Streamer, Content Creator) im Bereich Gaming auf Plattformen wie Twitch, Youtube, oder TikTok?

■ ja ■ nein ■ keine Angabe



Wie häufig verfolgen Sie einzelne Influencer im Bereich Gaming auf Plattformen wie Twitch, Youtube, oder TikTok?

■ mehrmals täglich ■ täglich ■ mehrmals wöchentlich
■ einmal pro Woche ■ seltener als einmal pro Woche ■ seltener als einmal pro Monat



Prozentwerte summieren sich infolge von Rundungen nicht immer auf 100.

Basis: alle Spieler:innen, die Influencer:innen folgen; gewichtete Ergebnisse; fehlende Werte: keine Angabe.

Quelle: eigene Darstellung

| Bertelsmann Stiftung

5.3 Gesellschaftspolitische Diskurse in Gaming-Communitys

Fasst man zusammen, dass Enthusiast:innen Games besonders stark als gesellschaftspolitisch wahrnehmen und Gaming-Communitys zentrale soziale Räume junger Menschen sind, überrascht es nicht, dass politische Themen auch in diesen Communitys präsent sind. So gibt jede:r zweite (49 %) Enthusiast:in an, „mit anderen Gamern über gesellschaftspolitische Themen zu diskutieren“, sei es auf Twitch, Discord, Reddit oder in anderen Kontexten. Ebenso viele (49 %) sind der Auffassung, dass auch „Influencer:innen im Bereich Gaming politische Themen ansprechen“ sollten.

Kein anderer Spieler:innen-Typus weist derart hohe Zustimmungswerte und eine derart geringe Ablehnung gegenüber diesen Fragestellungen auf.

Die Zahlen der Studie zeigen an, dass Influencer:innen ein zentrales Bindeglied im sozialen Gefüge von Gaming sind, denn die Bindung an sie ist teilweise hoch. Zunächst fällt auf, dass 27 Prozent aller Spielenden Gaming-Influencer:innen auf Twitch, Youtube, TikTok und Co. folgen (siehe Abbildung 19). Vor allem die Enthusiast:innen folgen ihnen teils intensiv: 66 Prozent dieser Befragtengruppe konsumieren Content von Gaming-Influencer:innen, 61 Prozent tun das min-

destens täglich oder gar mehrmals täglich, 88 Prozent mindestens mehrmals wöchentlich. Aber auch von den Vielspielenden konsumiert fast jeder Zweite (46 %) mindestens täglich und 75 Prozent mehrmals wöchentlich einen oder mehrere Influencer:innen. Selbst die exklusiv mobil Spielenden – sonst in vielerlei Hinsicht der Gegenpol zur Gruppe der Enthusiast:innen – konsumiert auffällig oft Gaming-Influencer:innen: 42 Prozent tun das mindestens täglich und 63 Prozent mehrmals wöchentlich.

Gaming, verstanden als das Medium Game inklusive der dazugehörigen Online-Communitys, präsentiert sich dieser Studie nach als Raum nicht nur individueller Unterhaltung und des Zeitvertreibs, sondern auch als Ort sozialer Interaktion und gesellschaftspolitischer Aushandlungsprozesse. Diese digitalen Räume werden – das zeigt der hohe Konsum nahezu aller Spieler:innen-Typen – von Influencer:innen mitgeprägt, die als Bindeglieder zwischen Community, Medienwelt und gesellschaftspolitischen Themen wirken. Besonders für junge Menschen und marginalisierte Gruppen entfalten die sich darum bildenden Gaming-Communitys eine hohe soziale Bedeutung: Sie wirken als digitale

Schutzräume, ermöglichen Freundschaften und bieten emotionale Unterstützung – oft weit über das rein Spielerische hinaus.

Gleichzeitig zeigt sich bei besonders involvierten Spieler:innen-Gruppen wie den Enthusiast:innen ein ausgeprägtes Bewusstsein für die gesellschaftspolitische Dimension des Mediums, das sowohl Zustimmung als auch Ablehnung hervorruft. Politische Diskussionen finden in Gaming-Communitys und über Influencer:innen Eingang in die Alltagsdiskurse dieser Gruppen. Die starke Bindung an Influencer:innen und deren hohe Reichweite eröffnen somit neue Chancen, bedeuten aber auch Herausforderungen für die politische Kommunikation: Diese Influencer:innen können gesellschaftspolitische Themen wirksam adressieren und prägen damit die politische Sozialisation ihrer Communitys – im positiven wie im problematischen Sinne. In der Verbindung von Spiel, sozialem Raum und politischem Diskurs liegen damit große Potenziale für die demokratische Gestaltung digitaler Räume, doch zugleich erfordert dies, sich mit den Chancen und Risiken dieser Formen politischer Öffentlichkeit bewusst auseinanderzusetzen.

5.4 Die Kehrseite digitaler Räume: Diskriminierungserfahrungen

Welche Gewalt- und Hasserfahrungen machen Spielende im digitalen Raum? Zunächst ist festzuhalten: Die überwiegende Mehrheit hat im Gaming-Kontext noch keinerlei derartige Erfahrungen machen müssen. 65 Prozent aller Spielenden geben an, beim Gaming noch nie beleidigt worden zu sein; 81 Prozent der befragten Spieler:innen haben noch nie Diskriminierungen oder Belästigungen aufgrund ihres Geschlechts erlebt. Das ist aber vor allem auch dem Umstand geschuldet, dass sich die meisten primär in einem Singleplayer-Umfeld bewegen, beim Spielen also wenig bis gar keine soziale Interaktion erfahren: 86 Prozent aller Spieler:innen spielen auch oder sogar ausschließlich allein. Hier bleibt Gaming ein eher individueller Zeitvertreib, der positiv besetzt ist.

Je mehr Zeit Spieler:innen allerdings im Multiplayer-Setting verbringen und in den sozialen Austausch via Games treten, desto mehr häufen sich ihre Diskriminierungserfahrungen. So spielen bei den Enthusiast:innen und den Vielspielenden Hass- und Mobbing erfahrungen eine deutlich größere Rolle: 71 Prozent der Enthusiast:innen berichten, schon mal beleidigt worden zu sein, 38 Prozent sogar häufig (siehe Abbildung 20). Bei den Vielspielenden sind es 30 Prozent, die schon mal beleidigt wurden, und zehn Prozent erleben dies häufig. Bei exklusiv mobil und auch bei gelegentlich Spielenden zeigen sich keine großen Auffälligkeiten mit Blick auf Hasserfahrungen.

Alter und Geschlecht prägen die Erfahrung von Hass im Gaming ganz erheblich: Jüngere Menschen und Männer berichten signifikant häufiger von Mobbing, Beleidigungen oder Gewaltandrohungen. So erleben etwa 30 Prozent der 16- bis 34-jährigen Spieler:innen regelmäßige Beleidigungen beim Gaming, aber nur ein Prozent der über 55-jährigen (siehe Abbildung 21). Männer sind vor allem von allgemeinen Hassformen wie Beleidigungen oder Bedrohungen überdurchschnittlich betroffen. Der hohe Männeranteil bei den Gaming-Enthusiast:innen (75 %) erklärt diese Muster jedoch nur teilweise; auch bei gemeinsamer Betrachtung von Alter, Geschlecht und Enthusiasmus zeigt sich ein zusätzlicher Effekt der Geschlechtszugehörigkeit.

ABBILDUNG 20 Hass im Gaming

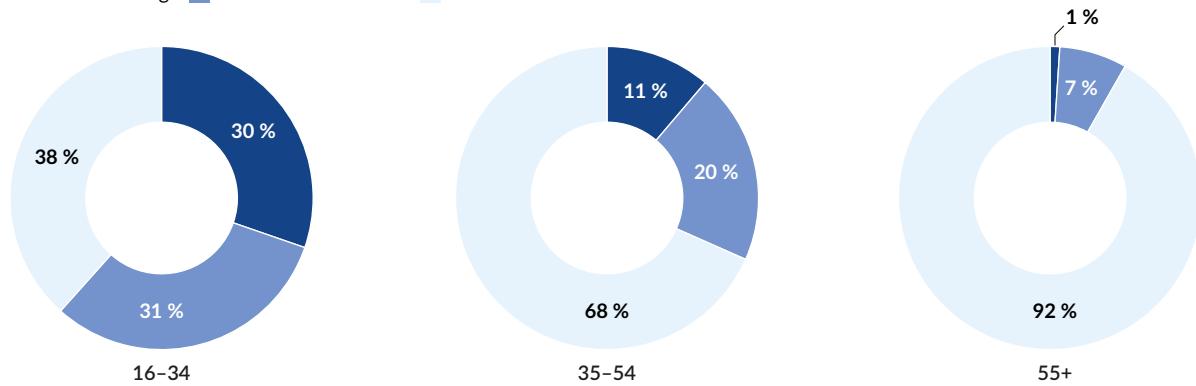


Prozentwerte summieren sich infolge von Rundungen nicht immer auf 100. Basis: alle Spieler:innen; gewichtete Ergebnisse.

ABBILDUNG 21 Beleidigungen im Gaming nach Altersgruppe

„Ich wurde beim Gaming beleidigt.“

■ sehr oder eher häufig ■ eher oder sehr selten ■ nie



Prozentwerte summieren sich infolge von Rundungen nicht immer auf 100. Basis: alle Spieler:innen; gewichtete Ergebnisse.

Quelle: eigene Darstellung

| Bertelsmann Stiftung

Möglicherweise hängt dies mit einer stärkeren Exposition in Multiplayer-Settings zusammen, denn Männer spielen – verglichen mit den weiblichen Befragten – fast doppelt so häufig in solchen Settings online (mit Freunden oder mit Fremden). Dennoch sollten hierzu weitere Erklärungsansätze geprüft werden.

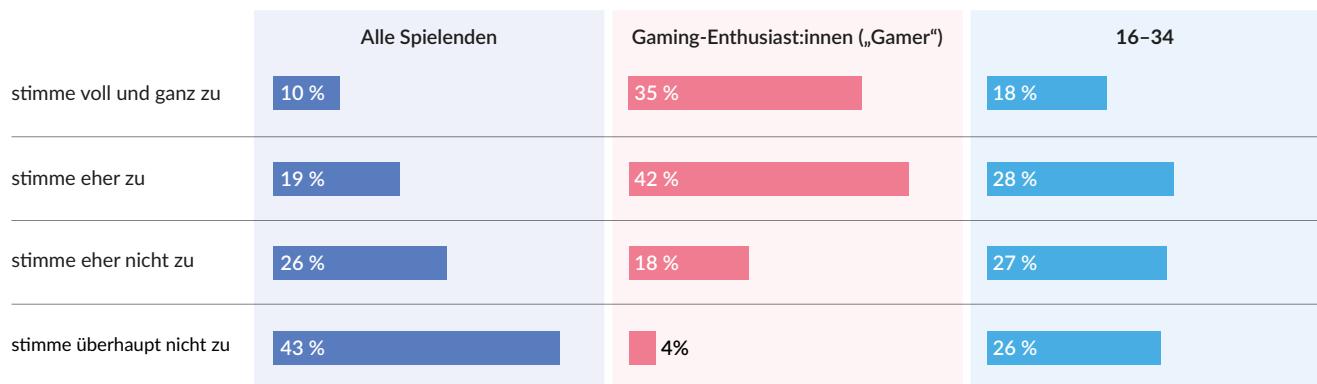
Angesichts der erhöhten Werte hinsichtlich Sexismus und Queerfeindlichkeit (vgl. Kapitel 4.1 zu gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit), die sich in der Gruppe der Enthusiast:innen zeigen, überraschen auch nicht die entsprechenden Erfahrungen insbesondere weiblicher und queerer Spieler:innen. Diese berichten zwar in der Summe nicht häufiger von Diskriminierung aufgrund ihres Geschlechts, doch kontrolliert man die Effekte der Zugehörigkeit zu den verschiedenen Gaming-Typen, Alter und Bildung, zeigen sich Geschlecht und sexuelle Orientierung doch als signifikante Prädiktoren

toren von Diskriminierung aufgrund des Geschlechts. Queere Menschen berichten darüber hinaus auch öfter, im Gaming gezielte Maßnahmen zu ergreifen – etwa die Wahl eines möglichst neutralen Namens oder die Angabe eines anderen Geschlechts –, um sich vor negativen Kommentaren zu schützen (33 % vs. 18 % bei heterosexuellen Befragten).

In der Zusammenschau zeigt sich, dass Diskriminierungs- und Gewalterfahrungen insbesondere unter jenen weit verbreitet sind, die sich regelmäßig in offenen, interaktiven Multiplayer-Umgebungen bewegen. Das bedeutet auch: Vor allem junge Menschen sind davon betroffen. Die hohe Kommunikationsdichte und die oft fehlende soziale Regulierung in diesen Räumen begünstigen augenscheinlich, dass die Spieler:innen beleidigenden, bedrohlichen oder diskriminierenden Interaktionen online ausgesetzt sind.

ABBILDUNG 22 Gaming ist identitätsstiftend

„Gaming spielt eine bedeutende Rolle in meinem Leben und meiner Selbstwahrnehmung.“



Fehlende Werte: weiß nicht; Basis: alle Spieler:innen; gewichtete Ergebnisse.

Quelle: eigene Darstellung

| BertelsmannStiftung

5.5 Gaming, Identität und gesellschaftliche Bewertung

Im Folgenden wird der Blick analytisch geweitet: Wie wird Gaming gesellschaftlich wahrgenommen und wie verorten sich die Spielenden mit ihrem Hobby Gaming darin?

Zunächst ist es aufschlussreich zu fragen, welche Bedeutung die Spielenden selbst dem Gaming in ihrem Leben beimessen. Knapp ein Drittel aller befragten Spielenden (29 %) sagt, dass „Gaming eine bedeutende Rolle in meinem Leben und meiner Selbstwahrnehmung“ spielt – wobei gilt: Je jünger die Befragten, desto wichtiger ist Gaming. So sagt fast jeder Zweite im Alter zwischen 16 und 34 Jahren, nämlich 46 Prozent, dass Gaming eine bedeutende Rolle in seinem oder ihrem Leben spielt (siehe Abbildung 22). Immerhin noch fast ein Drittel (30 %) der 35- bis 54-Jährigen stimmen dem ebenfalls zu – in beiden Gruppen eine bemerkenswert hohe Zahl.

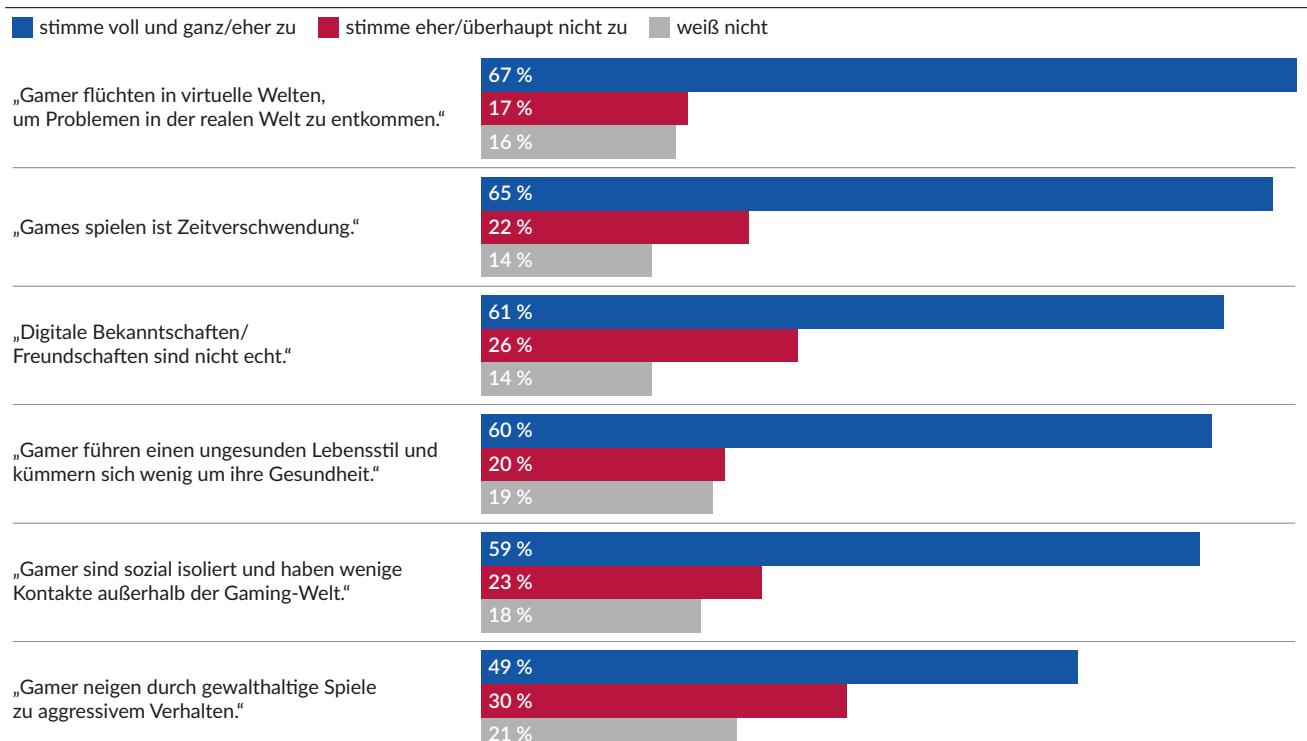
Neben dem Alter spielt das Geschlecht der Befragten eine zentrale Rolle. So stimmen männliche Spielende mit 38 Prozent der Frage deutlich eher zu als weibliche Spielende mit 20 Prozent. Werden Alter und Geschlecht kombiniert, tritt der Effekt noch klarer zutage: 57 Prozent der befragten Männer unter 35 Jahren schreiben Gaming eine bedeutende Rolle in ihrem Leben und in ihrer Selbstwahrnehmung zu – Frauen unter 35 Jahren tun das zu 31 Prozent.

Stark verdichtet, werden diese Befunde bei der – überwiegend jungen und männlichen – Gruppe der Enthusiast:innen greifbar: 77 Prozent räumen ein, dass Gaming eine bedeutende Rolle in ihrem Leben und ihrer Selbstwahrnehmung spielt. Für viele, vor allem junge und männliche Spielende, ist Gaming in all seiner Vielfalt damit weit mehr als einfach nur Zeitvertreib – es ist ein identitätsstiftender Bestandteil ihres Lebens.

5.5.1 Viele Spieler:innen wünschen sich Anerkennung

Wer Gaming als Teil der eigenen Identität begreift, erwartet auch, dass diese Lebensrealität gesellschaftlich akzeptiert wird. So wünschen sich 57 Prozent aller Befragten zwischen 16 und 34 Jahren, dass „Gaming als Teil der Kultur in der Gesellschaft stärker anerkannt“ werden sollte. Vor allem bei den Enthusiast:innen ist dieser Wunsch besonders ausgeprägt: 81 Prozent stimmen der Aussage zu. Woher der Wunsch nach mehr Anerkennung kommt, erklärt sich mit Blick auf ein Hobby, das vorurteilsbehaftet ist, denn: Jeder zweite Spielende (50 %) beobachtet „Vorurteile gegen Gamer, die nicht der Realität entsprechen“. Und auch hier sind es die jungen Menschen, die dies am stärksten wahrnehmen: Gut zwei Drittel (65 %) der 16- bis 34-Jährigen und 70 Prozent der männlichen Befragten dieser Gruppe sind der Auffassung, dass es „immer noch viele Vorurteile gegen Gamer“ gibt. Erneut ist diese Meinung bei den Enthusiast:innen am stärksten verbreitet,

ABBILDUNG 23 Gaming-Vorurteile unter allen Nichtspielenden



Percentwerte summieren sich infolge von Rundungen nicht immer auf 100. Basis: alle Spieler:innen; gewichtete Ergebnisse.

Quelle: eigene Darstellung

| Bertelsmann Stiftung

denn von ihnen geben 79 Prozent an, dass es nach wie vor viele Vorurteile gegenüber Gamern gibt, die nicht der Realität entsprechen.

5.5.2 Vorurteile gegen Gaming deutlich ausgeprägt

Auf analytischer Ebene stellt sich die Frage, ob gesellschaftliche Vorurteile gegenüber Spielenden tatsächlich existieren – oder ob es sich dabei primär um die subjektive Wahrnehmung einer spezifischen Subgruppe handelt.

Tatsächlich belegen die Daten, dass diese Vorurteile sich quantitativ greifen lassen – insbesondere was Sozialverhalten, Lebensstil und das Hobby all jener angeht, die Games spielen. So erachten 65 Prozent aller Befragten, die keine Games spielen, Gaming als Zeitverschwendungen (siehe Abbildung 23). Nichtspielende vertreten zudem mehrheitlich die Auffassung, dass „Gamer einen ungesunden Lebensstil führen und sich wenig um ihre Gesundheit“ kümmern (Zustimmung: 60 %) oder dass „Gamer in virtuelle Welten flüchten,

um Problemen in der realen Welt zu entkommen“ (Zustimmung: 67 %). Knapp jede:r Zweite (49 %) derjenigen, die keine Games spielen, befürwortet zudem die Aussage, dass „Gamer durch gewalthaltige Spiele zu aggressivem Verhalten“ neigen.

Auch die Vorurteile bezüglich sozialer Aspekte sind ausgeprägt. Eine Mehrheit der nicht spielenden Befragten vertritt die Auffassung, dass „Gamer sozial isoliert sind und wenige Kontakte außerhalb der Gaming-Welt“ haben (Zustimmung: 59 %) oder dass „Digitale Bekanntschaften/Freundschaften nicht echt“ seien (Zustimmung: 61 %).

Ein Erklärungsansatz für diese ausgeprägten Vorurteile könnte in der fehlenden eigenen Erfahrung mit Games liegen: So stimmen von den Spielenden nur 27 Prozent der Aussage zu, Gaming sei Zeitverschwendungen – im Vergleich zu 65 Prozent der Nichtspielenden. Diese Differenzen lassen sich in unterschiedlicher Deutlichkeit über alle abgefragten Vorurteile hinweg feststellen – und sie verlaufen großteils entlang der Linie zwischen Spielenden und Nichtspielenden. Die Daten legen daher nahe, dass ein erheblicher Teil dieser negativen

Zuschreibungen auf einem Mangel an eigener Erfahrung mit dem Medium basiert. Wer selbst keine Begegnung mit Games hat, greift häufiger auf stereotype Deutungsmuster zurück – während Spielende selbst erheblich anders urteilen.

5.5.3 Zustandsbeschreibung oder internalisierte Vorurteile?

Allerdings fällt auf, dass auch Spielende – einschließlich der Enthusiast:innen – Vorurteile nicht nur wahrnehmen, sondern einige gängige Vorurteile gegenüber Gaming ebenfalls zustimmen. Obwohl ein Großteil über positive soziale Erfahrungen im Kontext von Games berichtet, etwa durch Freundschaften oder Unterstützung in Communitys, findet die Vorstellung, digitale Freundschaften seien nicht echt, in dieser Gruppe der Enthusiast:innen mit 45 Prozent Zustimmung beträchtliche Resonanz – ein ähnlicher Zustimmungswert wie bei den Vielspielenden (48 %).

Im Hinblick auf das Thema soziale Isolation und Einsamkeit zeigt sich zudem ein komplexes Bild: Viele Spielende erleben sich in ihren Gaming-Räumen als sozial eingebunden, doch gleichzeitig stimmen 41 Prozent aller Spieler:innen der Aussage zu, dass „Gamer sozial isoliert sind und wenige Kontakte außerhalb der Gaming-Welt haben“. Bemerkenswert ist, dass auch von den Enthusiast:innen – also jenen, die sich mit dem Begriff „Gamer“ identifizieren – 42 Prozent diese Aussage bestätigen. Unklar muss hier bleiben, ob Befragte sich damit selbst als „sozial isoliert“ beschreiben oder diese Aussage für „Gamer“ insgesamt eher zutreffend finden.

Diese Ergebnisse führen zu zwei zentralen Beobachtungen. Zum einen könnte die Diskrepanz zwischen der erlebten Zugehörigkeit in Communitys und der gleichzeitigen Zustimmung zu Stereotypen darauf hindeuten, dass Spielende sich zwar in ihrer eigenen Gaming-Praxis als sozial eingebunden erleben, außerhalb ihrer Communitys aber nicht. Gesellschaftliche Fremdzuschreibungen fallen auch deshalb auf fruchtbaren Boden und werden, bewusst oder unbewusst, in Teilen reproduziert.

Darüber hinaus scheint das, was als Vorurteil abgefragt wurde, durchaus einer realen Erfahrung zu entsprechen. In einigen Spieler:innen-Gruppen ist Einsamkeit Realität, der durch digitale Kontakte allein nicht begegnet werden kann. Diesen Schluss legen auch die Ergebnisse im Abschnitt „Einsamkeit als demokratie-relevanter Faktor“ nahe. Die hohe Zustimmung zu der Aussage, Gamer seien sozial isoliert, könnte also sowohl Ausdruck verinnerlichter gesellschaftlicher Narrative sein als auch Hinweise auf reale soziale Herausforderungen innerhalb dieser Gruppe liefern.

Insgesamt zeigen die Ergebnisse: Gaming wird von vielen zwar als sozial bedeutsame Praxis erlebt, aber gesellschaftlich immer noch kritisch beäugt. Seine Anerkennung als in weiten Teilen sozial wirksame Handlungspraxis steht somit einerseits in einem Spannungsverhältnis zur kulturellen Bewertung seitens des nicht spielenden gesellschaftlichen Umfelds – ein Widerstreit, der sich auch in den Selbstbildern und sozialen Erfahrungen von Spieler:innen niederschlägt. Andererseits legen die Zahlen nahe, dass Gaming als soziale Praxis als wirksamer wahrgenommen wird, wenn es mit analoger Begegnung gekoppelt ist.

6 | Zusammenfassung

Diese Untersuchung liefert erstmals eine differenziertere empirische Analyse der politischen, sozialen und kulturellen Dimensionen von Gaming in Deutschland. Sie macht deutlich, dass Gaming und die zugehörigen digitalen Räume weit mehr sind als bloßer Freizeitvertrieb: Sie prägen Identität, ermöglichen soziale Zugehörigkeit, eröffnen neue Formen gesellschaftlicher Teilhabe – und bergen zugleich Herausforderungen etwa im Hinblick auf Menschenfeindlichkeit, Einsamkeit oder Hass im digitalen Raum. Die Daten zeigen, dass Gaming-Communitys sich als bedeutsame soziale und politische Kommunikationsräume etabliert haben,

deren Potenziale wie auch Risiken bislang weder in der Jugendpolitik noch in der politischen Bildung hinreichend berücksichtigt werden.

Die folgenden Abschnitte fassen zentrale Ergebnisse zusammen. Zudem werden Handlungsbedarfe und -chancen herausgestellt, die sich aus den empirischen Befunden ableiten lassen, und darüber hinaus Empfehlungen formuliert, wie Politik, Zivilgesellschaft und Forschung diesen bislang wenig beachteten Lebenswelten konstruktiv begegnen können.

6.1 Kernergebnisse

Gaming als soziale Praxis

- **Gaming ist ein Breitenphänomen.**

Über zwei Drittel der Menschen in Deutschland ab 16 Jahren spielen digitale Spiele.

- **Games und Gaming-Communitys stiften soziale Nähe und Zugehörigkeit.**

Sie bieten besonders jungen und marginalisierten Gruppen Raum für Freundschaften, Austausch und Unterstützung – oft über das Digitale hinaus. Wo virtuelle Kontakte in analoge Begegnungen übergehen, entfalten sie besondere soziale Wirkung.

- **Gaming ist identitätsstiftend.**

Für viele, vor allem junge und männliche Spielende, ist Gaming in all seiner Vielfalt weit mehr als nur Zeitvertreib – es ist ein integraler Bestandteil ihres Selbstbildes.

Politische Dimensionen von Gaming

- **Spielende sind politisch vielfältig – und keine einheitliche Gruppe.**

Spieler:innen gibt es in allen sozialen Milieus über alle Endgeräte hinweg. Allein aufgrund der Größe und damit einhergehenden Heterogenität dieser Gruppe erweist sich der gebräuchliche Begriff „Gamer“ als ungeeignet für eine tiefergehende Analyse und wird von großen Teilen der Spielenden nicht für sich selbst verwendet.

- **Gaming ist politisch.**

Viele Spielende erkennen Games als politisches Medium an und diskutieren gesellschaftspolitische Themen in ihren Communitys. Besonders Enthusiast:innen prägen Gaming als Raum für Diskurse, auch wenn sie diese nicht immer befürworten.

- **Spielende sind gesellschaftspolitisch engagiert – vor allem in digitalen Räumen.**

Viele Spielende beteiligen sich aktiv an demokratischen Prozessen, etwa durch Demonstrationen, Petitionen oder Stellungnahmen in sozialen Medien. Ihre große Digitalaffinität deutet an, dass vor allem Enthusiast:innen den gesellschaftlichen Diskurs online mitgestalten.

Risiken und Potenziale

- **Menschenfeindliche Einstellungen häufen sich bei jungen, männlichen Befragten.**

Vor allem die Gruppe der Enthusiast:innen, die zu 75 Prozent männlich und überdurchschnittlich jung ist, zeigt signifikant höhere Zustimmungswerte zu antisemitischen, sexistischen und queerfeindlichen Aussagen als andere Spieler:innen-Typen.

- **Die digitale Sozialisation der Enthusiast:innen birgt Potenzial, um die verbreitete Einsamkeit junger Menschen zielgerichtet anzugehen.**

Denn: Mehr als jede:r Zweite dieser im Kern jungen Subgruppe fühlt sich einsam.

- **Vorurteile gegen Spielende sind weit verbreitet.**

Nichtspielende schreiben „Gamern“ oft negative Eigenschaften zu. Auffällig ist dabei: Spielende übernehmen diese Zuschreibungen teils selbst – trotz positiver eigener Erfahrungen mit Gaming.

- **Hass- und Diskriminierungserfahrungen sind fester Bestandteil von Online-Multiplayer-Erfahrungen.**

Je mehr in diesem Setting gespielt wird, desto mehr sind Spieler:innen mit Beleidigungen und Diskriminierungen konfrontiert.

6.2 Forschungsdesiderate

Gaming-Communitys sind dynamische Kommunikationsräume im steten Wandel, die in Beziehung zu aktuellen gesellschaftlichen Entwicklungen gesetzt werden müssen. Dafür braucht es vertiefte Analysen der langfristigen Veränderungsprozesse und ihrer gesellschaftlichen Verflechtungen. Neben der oft untersuchten Gruppe der Enthusiast:innen rücken auch

andere Spieler:innen-Typen in den Blick – besonders jene, die außerhalb sichtbarer Plattformen wie Twitch oder Reddit agieren. Diese zielgruppengerecht anzusprechen, birgt erhebliche Potenziale, erfordert jedoch zunächst geeignete Zugänge und Kommunikationswege empirisch zu erschließen.

Welchen Mechanismen die bei Enthusiast:innen verbreiteten menschenfeindlichen Einstellungen folgen, ist weiter aufzuklären – ebenso wie die spezifische Bedeutung von Gaming-Communitys für queere Menschen, die bislang nur unzureichend erforscht ist.

Zugleich verweist das positive demokratische Vertrauensprofil der Enthusiast:innen – mit ihrer Wissenschaftsnähe und kritisch-selektiven Informationsnutzung – auf ein Potenzial an der Schnittstelle von Demokratiearbeit und Kampf gegen Desinformation. Dieses Potenzial gilt es durch ein tieferes Verständnis der zugrunde liegenden Wirkungsmechanismen zu erschließen.

Quantitative Langzeitstudien und qualitative Tiefenbohrungen sind zentrale Instrumente, wenn es darum gehen soll, den Wandel und die Persistenz von Haltungen und Praktiken in Gaming-Communitys in ihrem gesellschaftlichen Kontext systematisch zu erfassen.

6.3 Handlungsempfehlungen

Gaming ist gesellschaftspolitisch relevant, weil es die Lebenswelt vieler, vor allem junger Menschen in Deutschland prägt – das zeigt diese Studie. Daraus folgt: Gaming muss als kulturelle Praxis an der Schnittstelle von Jugendkultur, digitalen Diskursräumen und gesellschaftspolitischen Aushandlungsprozessen ernst genommen werden. Wer diese Realität anerkennt, kann sowohl die (1) **Potenziale** als auch die (2) **Herausforderungen** von Gaming gezielter adressieren.

1) Um die demokratischen Potenziale sichtbar und nutzbar zu machen, muss Gaming als kulturelle Praxis und gesellschaftspolitischer Diskursraum anerkannt werden. Games und Plattformen wie Discord oder Twitch fungieren als Öffentlichkeiten, in denen gesellschaftliche Themen verhandelt werden. Sie müssen als solche anerkannt, erforscht und genutzt werden.

Die Studie zeigt, dass sich vor allem die junge Gruppe der Gaming-Enthusiast:innen durch großes politisches Interesse, gesellschaftspolitisches Engagement, Community-Bindung und ein starkes Vertrauen in demokratische Prozesse und Wissenschaft auszeichnet. Diese Gruppe bietet eine vielversprechende Grundlage für faktenbasierte, partizipative Angebote und könnte als Adressaten- wie Multi-

plikator:innengruppe gleichermaßen angesprochen werden – auch, um problematische Einstellungen wie Antisemitismus oder Queerfeindlichkeit dort gezielt zu thematisieren.

Spieler:innen, Influencer:innen und die Communitys selbst sind ebenfalls gefragt, sich aktiv in den Diskurs einzuschalten, sich zu positionieren und zu Wort zu melden – auch und gerade mit Blick auf politische oder zivilgesellschaftliche Akteur:innen: Vorurteile und Berührungsängste werden abgebaut, wenn man aufgeschlossen ist und sich gegenseitig kennenlernen. Das gilt fürs Gaming wie für jeden anderen Bereich.

2) Gaming muss auch ernst genommen werden, um die damit verbundenen Spannungsfelder klar zu erkennen und gezielt anzugehen. Digitale Spielwelten sind für viele junge Menschen zentrale Erfahrungsräume. Hassrede, Diskriminierung und menschenfeindliche Einstellungen erfordern ein bewusstes und aktives Handeln – ebenso wie die starke Verbreitung von Einsamkeit. Bildungseinrichtungen, Pädagog:innen und Familien sind gefragt, Schutzräume zu schaffen, Gegenrede zu stärken und jungen Menschen eine vertrauensvolle Umgebung zu bieten, in der sie offen über ihre digitalen Lebenswelten sprechen können.

Gerade die Gruppe der Enthusiast:innen muss vor dem Hintergrund einer ambivalenten Befundlage differenziert betrachtet werden, da sie sowohl ein erhebliches multiplikatorisches Potenzial bietet als auch überdurchschnittlich oft menschenfeindliche Muster aufweist. Zentrale Voraussetzungen, um damit umzugehen, sind das unvoreingenommene Zuhören und der Abbau von Vorurteilen gegenüber Gaming und Spielenden.

Pädagogische Ansätze sollten Möglichkeiten eröffnen, digitale Räume gemeinsam mit jungen Menschen zu erkunden, Vorurteile abzubauen und den intergenerationalen Austausch zu fördern. So lässt sich das Fachwissen der digitalaffinen Jugend mit der Lebenserfahrung und den Netzwerken älterer Generationen verbinden. Lediglich auf die Selbstregulierung von Plattformen zu vertrauen, greift zu kurz – es braucht eine informierte und dialogorientierte Bildungsarbeit.

Anhang

TABELLE A1 Plattformnutzung

| | Alle Befragten | Alle Spielenden | Gaming-Enthusiast:innen („Gamer“) | Vielspielende | Exklusiv mobil Spielende | Gelegentlich Spielende |
|-----------|----------------|-----------------|-----------------------------------|---------------|--------------------------|------------------------|
| Youtube | 80 % | 86 % | 95 % | 84 % | 82 % | 85 % |
| Facebook | 61 % | 64 % | 69 % | 64 % | 69 % | 59 % |
| Instagram | 56 % | 64 % | 78 % | 55 % | 65 % | 61 % |
| TikTok | 31 % | 39 % | 63 % | 32 % | 33 % | 31 % |
| Telegram | 23 % | 27 % | 45 % | 21 % | 22 % | 22 % |
| Steam | 16 % | 22 % | 56 % | 17 % | 3 % | 12 % |
| X/Twitter | 17 % | 21 % | 48 % | 17 % | 8 % | 13 % |
| Discord | 15 % | 21 % | 55 % | 14 % | 6 % | 11 % |
| Twitch | 13 % | 19 % | 51 % | 12 % | 4 % | 9 % |
| Reddit | 12 % | 16 % | 42 % | 11 % | 4 % | 9 % |
| Tumblr | 5 % | 7 % | 18 % | 4 % | 2 % | 3 % |
| BlueSky | 5 % | 6 % | 16 % | 3 % | 2 % | 3 % |
| Kick | 4 % | 5 % | 14 % | 3 % | 1 % | 2 % |

Basis: alle Befragten; gewichtete Ergebnisse

Quelle: eigene Darstellung

| BertelsmannStiftung

ABBILDUNG A1 Bevorzugte Spielmodi

Welche Spielmodi spielen Sie?

| | Alle Spielenden | Gaming-Enthusiast:innen („Gamer“) | Vielspielende | Exklusiv mobil Spielende | Gelegentlich Spielende |
|---------------------------------|-----------------|-----------------------------------|---------------|--------------------------|------------------------|
| Single-Player (allein) | 86 % | 77 % | 86 % | 89 % | 89 % |
| Vor Ort mit Freunden | 19 % | 40 % | 16 % | 4 % | 14 % |
| Online-Multiplayer mit Freunden | 26 % | 63 % | 20 % | 9 % | 14 % |
| Online-Multiplayer mit Fremden | 20 % | 40 % | 17 % | 15 % | 13 % |

Mehrfachauswahl war möglich; Basis: alle Spieler:innen; gewichtete Ergebnisse.

Quelle: eigene Darstellung

| BertelsmannStiftung

TABELLE A2 **Gespielte Genres**

Welche Art von Games spielen Sie zumindest hin und wieder?

Alle Spielenden Gaming-Enthusiast:innen („Gamer“) Vielspielende Exklusiv mobil Spielende Gelegentlich Spielende

| | | | | | |
|---|------|------|------|------|------|
| Denk-, Geschicklichkeits- und Puzzlegames (z. B. Candy Crush, June's Journey, Solitaire) | 68 % | 51 % | 71 % | 80 % | 73 % |
| Gesellschafts- und Partygames / Couch-Coop (z. B. Super Mario Party, Quizduell, Among Us) | 42 % | 54 % | 39 % | 28 % | 43 % |
| Sport- und Renngames (z. B. FIFA, Mario Kart, Rocket League) | 37 % | 59 % | 38 % | 10 % | 35 % |
| (Action-)Adventure (z. B. The Last of Us, Horizon Zero Dawn, Grand Theft Auto, Dead by Daylight) | 36 % | 78 % | 31 % | 6 % | 27 % |
| Jump 'n' Run Games/Platformer (z. B. Super Mario, Cuphead) | 32 % | 51 % | 30 % | 11 % | 30 % |
| Simulationsgames (z. B. Sims, Zoo Tycoon, Cities: Skylines, House Flipper) | 32 % | 53 % | 29 % | 15 % | 27 % |
| Strategie (z. B. Age of Empires, Teamfight Tactics, Starcraft) | 29 % | 53 % | 29 % | 11 % | 20 % |
| Shooter (z. B. Call of Duty, Counter Strike) | 28 % | 64 % | 23 % | 5 % | 18 % |
| Rollenspiele (z. B. The Witcher, The Elder Scrolls V: Skyrim, Genshin Impact) | 24 % | 58 % | 20 % | 3 % | 15 % |
| Battle-Royale-Shooter (z. B. Fortnite, Apex Legends, PUBG/Mobile) | 21 % | 53 % | 17 % | 3 % | 12 % |
| Sandbox (z. B. Minecraft, Roblox) | 20 % | 47 % | 15 % | 4 % | 12 % |
| Survival (z. B. DayZ, Valheim, Ark: Survival Evolved) | 19 % | 52 % | 13 % | 2 % | 11 % |
| Cozy Games (z. B. Stardew Valley, Animal Crossing) | 19 % | 39 % | 15 % | 7 % | 14 % |
| MMORPG (z. B. Final Fantasy XIV, World of Warcraft) | 17 % | 47 % | 13 % | 3 % | 7 % |
| Brawler/Fighting Games (z. B. Tekken, Street Fighter, Super Smash Brothers) | 16 % | 39 % | 12 % | 3 % | 11 % |
| Musik- und Tanzgames (z. B. Guitar Hero, Just Dance) | 15 % | 31 % | 12 % | 3 % | 12 % |
| Lifestyle-Games (z. B. Fitness Boxing, Ring Fit Adventure) | 14 % | 32 % | 11 % | 2 % | 8 % |
| MOBA (z. B. League of Legends, Arena Of Valor, DOTA 2, Brawl Stars) | 14 % | 40 % | 10 % | 2 % | 5 % |
| Soulslike (z. B. Dark souls, Elden Ring) | 12 % | 38 % | 8 % | 1 % | 4 % |

Basis: alle Befragten; gewichtete Ergebnisse

Quelle: eigene Darstellung

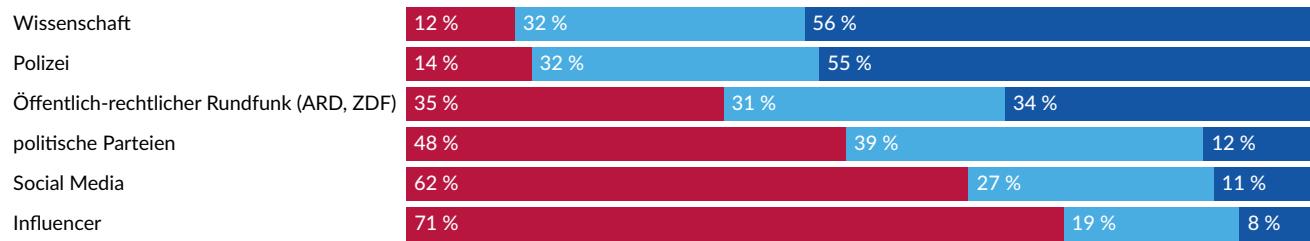
| Bertelsmann Stiftung

ABBILDUNG A2 Ergänzung zu Abbildung 10

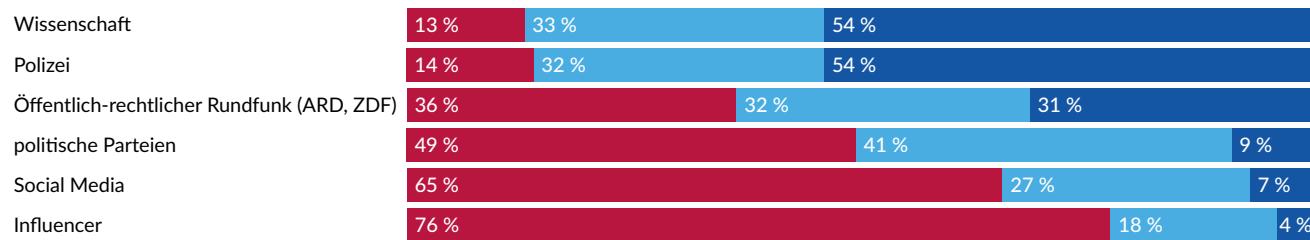
Bitte geben Sie für die folgenden Institutionen an, wie viel Vertrauen Sie in sie haben.

■ geringes/überhaupt kein Vertrauen ■ teils/teils ■ (sehr) großes Vertrauen

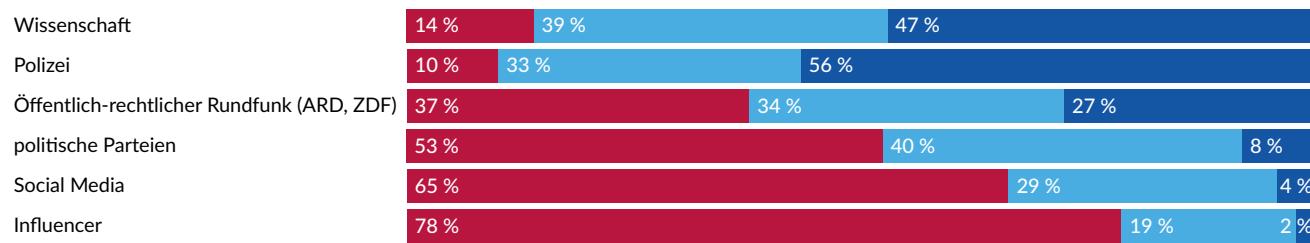
Alle Spielenden



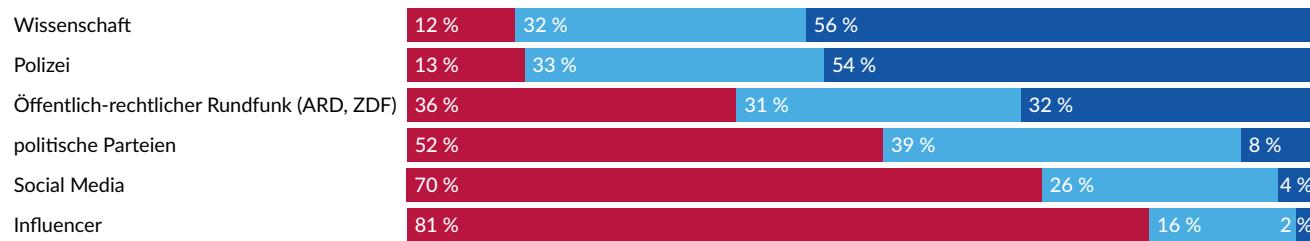
Vielspielende



Exklusiv mobil Spielende



Gelegentlich Spielende



Fehlende Werte: weiß nicht. Prozentwerte summieren sich infolge von Rundungen nicht immer auf 100. Basis: alle Befragten; gewichtete Ergebnisse.

Literatur

Bitkom (2024). Hälften der Deutschen zockt Video- und Computerspiele. <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Haelfte-Deutschen-zockt-Video-Computerspiele> (Download 24.06.2025).

Boehnke, Klaus, Georgi Dragolov, Regina Arant und Kai Unzicker (2024). *Gesellschaftlicher Zusammenhalt in Deutschland 2023. Perspektiven auf das Miteinander in herausfordernden Zeiten*. Hrsg. Bertelsmann Stiftung, Gütersloh.

Condis, Megan (2018). *Gaming masculinity: trolls, fake geeks, and the gendered battle for online culture*. Iowa City.

Cote, Amanda C. (2020). *Gaming Sexism: Gender and Identity in the Era of Casual Video Games*. New York.

de Jong Gierveld, Jenny, und Frans Kamphuls (1985). The development of a Rasch-type loneliness scale. *Applied Psychological Measurement* 9(3), 289–299. <https://doi.org/10.1177/014662168500900307>

de Jong Gierveld, Jenny, und Theo van Tilburg (2006). A 6-item scale for overall, emotional, and social loneliness. *Research on Aging* 28(5), 582–598. <https://doi.org/10.1177/0164027506289723>

Decker, Oliver, Johannes Kiess, Ayline Heller und Elmar Brähler (2024). *Vereint im Ressentiment. Autoritäre Dynamiken und rechtsextreme Einstellungen. Leipziger Autoritarismus Studie 2024*. Psychosozial-Verlag, Gießen.

Diehl, Katharina, Charlotte Jansen, Kamila Ishchanova und Jennifer Hilger-Kolb (2018). Loneliness at universities: Determinants of emotional and social loneliness among students. *International Journal of Environmental Research and Public Health* 15(9). <https://doi.org/10.3390/ijerph15091865>

Dreßler, Antonia (2025). Aufruf an alle Gamer: Geht wählen! PC Games 22.02.2025. <https://www.pcgames.de/Politik-Thema-237122/News/Aufruf-an-alle-Gamer-Geht-waehlen-1466676/> (Download 24.07.2025)

Feige, Daniel Martin, und Rudolf Inderst (2025). *Computerspiele. 50 zentrale Titel. Über die Vielfalt und Anziehung digitaler Spiele: 50 Beispiele zur wissenschaftlichen, kulturellen und gesellschaftlichen Bedeutung*. Transcript Verlag, Bielefeld.

game e. V. (2025). *Jahresreport der deutschen Games-Branche 2024*. Berlin. <https://www.game.de/publikationen/jahresreport-2024/>

Heinz, Aaron (2025). *Jung, einsam – und engagiert? Wie Einsamkeit das Engagement der jungen Generation prägt. Analysen zum Zusammenhang zwischen der Einsamkeit junger Erwachsener und ihrem politischen Engagement*. Hrsg. Bertelsmann Stiftung, Gütersloh.

Kalkstein, Fiona, Gert Pickel und Johanna Niendorf (2024). Antifeminismus und Antisemitismus – eine autoritär motivierte Verbindung?. *Vereint im Ressentiment. Autoritäre Dynamiken und rechtsextreme Einstellungen. Leipziger Autoritarismus Studie 2024*. Hrsg. Oliver Decker, Johannes Kiess, Ayline Heller und Elmar Brähler. Psychosozial-Verlag, Gießen. 161–180.

Kracher, Veronika (2020). *Incels. Geschichte, Sprache und Ideologie eines Online-Kults*. Ventil Verlag, Mainz.

Luhmann, Maike (2022). Definitionen und Formen der Einsamkeit. Hrsg. Institut für Sozialarbeit und Sozialpädagogik e. V. – Kompetenznetz Einsamkeit. KNE Expertise 1/2022.

Luhmann, Maike, Bernd Schäfer und Ricarda Steinmayr (2024). *Einsamkeit junger Menschen 2024 im europäischen Vergleich*. Hrsg. Bertelsmann Stiftung, Gütersloh.

McDivitt, Anne Ladyem (2020). *Hot Tubs and Pac-Man: Gender and the Early Video Game Industry in the United States (1950s–1980s)*. Berlin und Boston.

Mokros, Nico, und Andreas Zick (2023). Gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit zwischen Krisen- und Konfliktbewältigung. *Die distanzierte Mitte. Rechtsextreme und demokratiegefährdende Einstellungen in Deutschland 2022/23*. Hrsg. Andreas Zick, Beate Küpper und Nico Mokros. Dietz Verlag, Bonn. 149–184.

- Neu, Claudia, Beate Küpper und Maike Luhmann (2023). *Extrem einsam? Die demokratische Relevanz von Einsamkeitserfahrungen unter Jugendlichen in Deutschland*. Hrsg. Das Progressive Zentrum, Berlin.
- Peplau, Letitia A., und Daniel Perlman (1982). Perspectives on loneliness. *Loneliness: A sourcebook of current theory, research and therapy*. Hrsg. Letitia A. Peplau und Daniel Perlman. Wiley, New York.
- Pfister, Eugen (2018). Der Politische Mythos als diskursive Aussage im digitalen Spiel: Ein Beitrag aus der Perspektive der Politikgeschichte. *Digitale Spiele im Diskurs*. Hrsg. Thorsten Junge, Claudia Schumacher und Dennis Clausen. Fernuniversität Hagen.
- Salter, Anastasia, und Bridget Blodgett (2017). *Toxic geek masculinity in media: sexism, trolling, and identity policing*. Cham.
- Schott, Gareth R., und Kristy R. Horrell (2000). Girl Gamers and their Relationship with the Gaming Culture. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* (6)4. 36–53.
- Shaw, Adrienne (2012). Do you identify as a gamer? Gender, race, sexuality, and gamer identity. *New Media & Society* (14)1. 28–44.
- Shaw, Adrienne (2014). The Internet Is Full of Jerks, Because the World Is Full of Jerks: What Feminist Theory Teaches Us About the Internet. *Communication and Critical/Cultural Studies* (11)3. 273–277.
- Steinmayr, Ricarda, Miriam Schmitz und Maike Luhmann (2024). *Wie einsam sind junge Erwachsene im Jahr 2024? Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage*. Hrsg. Bertelsmann Stiftung, Gütersloh.
- Vopel, Stephan, und Stephanie M. Schulz (2025). *Deutschland und Israel heute. Zwischen Stabilität und Spannung*. Hrsg. Bertelsmann Stiftung, Gütersloh.
- Williams, Dimitri, Nick Yee und Scott E. Caplan (2008). „Who plays, how much, and why? Debunking the stereotypical gamer profile“. *Journal of Computer-Mediated Communication* (13)4. 993–1018.
- Wimmer, Jeffrey (2013). *Massenphänomen Computerspiele. Soziale, kulturelle und ökonomische Aspekte*. UVK, Konstanz.
- Zick, Andreas, Beate Küpper und Nico Mokros (2023). *Die distanzierte Mitte. Rechtsextreme und demokratiegefährdende Einstellungen in Deutschland 2022/23*. Dietz Verlag, Bonn.



bertelsmann-stiftung.de

Bertelsmann Stiftung
Carl-Bertelsmann-Straße 256
33311 Gütersloh
Telefon +49 5241 81-0

Ansprechpartner:innen

Dr. Joachim Rother
Project Manager
Digitalisierung und Gemeinwohl
joachim.rother@bertelsmann-stiftung.de

Jessica Gerke
Project Manager
Bildung und Next Generation
jessica.gerke@bertelsmann-stiftung.de