

**STECKBRIEF:****Spielermotivation in MMO(RP)Gs**

Arne Maibaum (arne.bum@gmx.de)

**Thema & Fragestellung:**

MMO(RP)Gs sind digitale "Massen Online (Rollen-)Spiele", ihr Anteil am Computerspielmarkt ist in den letzten Jahre beständig gewachsen, der Vorreiter "World of Warcraft" stellt neue Rekorde in Abonnementen- wie Verkaufszahlen auf. Die Spieler der MMO(RP)Gs zeichnen sich sowohl durch lange Spielzeiten als auch durch hohe Loyalität zu dem einzelnen Spielen aus. Gleichzeitig stellen MMO(RP)Gs in der Reihe der Digitalen Spiele eine neue Qualität dar, vor allem durch die persistente und frei begehbare Spielwelt auf die der Spieler mit einem Avatar zugreift. Untersucht werden soll daher die Spielermotivation in dieser bestimmten Art der Digitalen Spiele.

Rückgegriffen wird vor allem auf die Spielertypologien von Bartel und Yee, welche die Motivation Spielertypen zuordnen. Gleichzeitig soll aber versucht werden über diese Differenzierung der Motivationen hinaus eine Basismotivation herauszuarbeiten, die gleichsam als Alleinstellungskriterium der MMO(RP)Gs fungiert.

Als These für eine globale Motivation soll die Darbietung eines genuin unbeschriebenen Raumes, der als Spielsphäre für Abenteuer und positiven Eskapismus, sowie für Freiheit und anfängliche Chancengleichheit steht, formuliert werden.

Gibt es eine grundlegende Motivationssituation die sich aus dem Angebot eines erweiterten unbeschriebenen Raumes, der Potential für Ungewisses und Alternatives bereit hält? Lässt sich dieser Raum als Alleinstellungskriterium der MMO(RP)Gs darstellen? Steht diese Motivation über allen bereits dargestellten Motivationslagen der Spielertypen und lässt sie sich als "Basis"-Motivation darstellen?

Die Darstellung digitaler Spiele als positive Möglichkeit der Gewinnung neuer und freier Räume kann den Blick auf Spiele verändern und die negative Sicht auf Eskapismus umdeuten. Auch für die Erstellung neuer Spiele ergeben sich veränderte Vorzeichen, auf die Bedürfnisse der Spieler könnte gezielter eingegangen werden.

**Vorgehensweise & Zielgruppe:**

Das Forschungsfeld besteht folglich aus MMO(RP)Gs - vor allem WOW. Es soll eine Methodentriangulation zur Anwendung kommen: 1. Standardisierte Online Befragung → 2. Qualitative Interviews zur kommunikativen Validierung von "1." → ggf. 3. erneut eine standardisierte Online Befragung auf der Grundlage neuer Erkenntnisse durch "2." Die Zielgruppe setzt sich zusammen aus 1. alle potentiellen Onlinespieler; 2. ausgewählte Interviewpartner aus der ersten Stichprobe. Empiriepartner: n!faculty (www.faculty.de).