

»Wenn ein Medium erwachsen wird, muss man auch diskutieren, wie es wirkt«

Digitale Spiele und Politische Bildung

Matthias Thanos¹, Arno Görger

AG: Was ist die vorderste Aufgabe der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) und wie hat sich die bpb historisch entwickelt?

MT: Die Bundeszentrale wurde 1952 gegründet als Bundeszentrale für Heimatdienst. Sie hat zum einen die Aufgabe, das demokratische Bewusstsein aller Bürgerinnen und Bürger zu festigen. Zweitens soll sie über politische Sachverhalte informieren und die Bereitschaft zum politischen Engagement stärken. Dies lässt sich letztlich auf den Slogan »Demokratie stärken und Zivilgesellschaft fördern« kondensieren. Wir können diese Mammutaufgabe natürlich nicht alleine stemmen, sondern wir fördern auch Träger der politischen Bildung, freie Träger oder Vereine, die beispielsweise politische Bildungsprojekte machen möchten. Wir helfen zum einen durch finanzielle Förderung, aber auch durch direkte Zusammenarbeit.

Was unsere konkrete Arbeit angeht, sind wir erstens klassischerweise sehr stark im Bereich der Buchpublikationen vertreten, überwiegend in Form von Monografien oder Sammelbänden, die wir in Kooperation mit Verlagen oder als Eigenproduktion publizieren. Und wir veröffentlichen viele didaktische Materialien und Zeitschriften, darunter die sehr bekannten *Informationen zur politischen Bildung*, auch bekannt als die schwarzen Hefte, die Sie vielleicht auch aus der Schule noch kennen, auf denen man wunderbar Referate aufbauen kann. Ein besonderes Flaggschiff ist unsere wissenschaftliche Zeitschrift, die *APuZ (Aus Politik und Zeitgeschichte)*.

Daneben haben wir zweitens einen sehr großen Veranstaltungsbereich. Wir führen Festivals durch, zum Beispiel das Festival »Politik im Freien Theater«, das alle drei Jahre stattfindet, dieses Jahr [2022, Anmerkung AG] in Frankfurt a.M.

1 Matthias Thanos ist wissenschaftlicher Referent im Fachbereich Zielgruppenspezifische Angebote der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb). Er leitet für die bpb unter anderem die Eltern-LAN, eine an Eltern und pädagogische Fachkräfte gerichtete medienpädagogische Veranstaltungsreihe, und spielbar.de, das Onlinemagazin der bpb zu Games.

Drittens machen wir Veranstaltungsreihen wie beispielsweise die Eltern-LAN, die ich verantworte. Das ist eine Veranstaltungsreihe, die es mittlerweile schon seit über zehn Jahren gibt, mit der wir in Schulen hineingehen und dort Elternabende machen, bei denen Eltern digitale Spiele ausprobieren und wir mit den Eltern darüber diskutieren.

Darüber hinaus stellen wir eine Vielzahl von Angeboten bereit, die spezifische Bedarfe abdecken. Unser Fachbereich soll zum Beispiel all jene abholen, die nicht eigenständig zu uns, zum Beispiel ins Medienzentrum, kommen oder auch nicht unbedingt auf unsere Webseite gehen.

Wir versuchen, über Freizeitinteressen, über mediale Anknüpfungen, über Communities, in welchen sich unsere Zielgruppen potenziell aufhalten, Anschlussmöglichkeiten zu finden und so politische Bildung anzuschieben. Das ist *in a nutshell*, was wir so machen. Ein kleiner Bereich davon sind die Gaming-Communities. In diesem Bereich bin ich als Referent für medienpädagogische Projekte und Games-Projekte tätig.

AG: Macht die bpb auch Forschung?

MT: Forschung machen wir in dem Sinne nicht, zumindest nicht als Kernauftrag. Forschung soll ja frei und unabhängig sein und sollte in der Uni stattfinden, nicht in einer Behörde. Das ist sowohl geltender Grundsatz als auch meine persönliche Meinung. Es gibt allerdings schon mal Ausnahmen, wo wir eine Forschung kofinanzieren, insbesondere, wenn sie unsere Arbeit direkt berührt bzw. untersucht, denn wir haben natürlich ein Interesse daran, unsere eigene Arbeit zu evaluieren und zu verbessern.

AG: Wer finanziert die bpb?

MT: Die Bundeszentrale ist eine sogenannte nachgeordnete Bundesbehörde und untersteht dem Bundesministerium des Innern und für Heimat (BMI). Die Finanzierung kommt aber nicht aus dem Innenministerium, sondern erfolgt durch den Bundestag. Da gibt es dann eine Haushaltslesung, in der die Stellen und die Gelder für die bpb festgelegt werden. Das Innenministerium dient in diesem Fall als Aufsichtsbehörde. Es gibt also ein Aufsichtsreferat beim BMI und dieses kontrolliert unsere Arbeit. Übrigens genau so, wie es auch einen wissenschaftlichen Beirat gibt, der sich aus Wissenschaftlern und Wissenschaftlerinnen aus dem Bereich der politischen Bildung, aber auch aus dem Bereich der Pädagogik, der Geschichtswissenschaften etc. zusammensetzt, und der unsere Arbeit unterstützt. Schließlich gibt es noch ein Kuratorium, das sich paritätisch aus Abgeordneten des Deutschen Bundestages zusammensetzt und die politisch ausgewogene Haltung und die politische Wirksamkeit der Arbeit kontrolliert. Das soll garantieren, dass die Bundeszentrale überparteilich, unparteiisch und multiperspektivisch Bildungsprojekte angeht.

AG: Wie sieht dann die konkrete Arbeit in der bpb aus?

MT: Die bpb ist ja mit 300 Beschäftigten nicht sehr groß. Zum Vergleich: Das Bundesverwaltungsamt zum Beispiel hat rund 6000 Beschäftigte. Wir sind also eine kleine Behörde und man hat fast jeden schon mal gesehen und kennt sich. Die meisten von uns arbeiten in Bonn, es gibt aber auch einige, die in Berlin und in Gera arbeiten. Allerdings ist

die Arbeit in Fachbereichen organisiert. Entsprechend sind die Begegnungen und der Austausch innerhalb der Fachbereiche intensiv.

AG: Wie kommt man nun von politischer Bildung zu digitalen Spielen?

MT: Das hat eine lange Tradition in der bpb. Angefangen hat das tatsächlich schon 1988, als fast niemand außer ein paar Eingeweihten sich über Games ausgetauscht haben. Da gab es schon eine erste Veröffentlichung in der hauseigenen Buchreihe, »Programmiert zum Kriegspielen. Weltbilder und Bilderwelten im Videospiel«, herausgegeben vom Medienpädagogen Jürgen Fritz.

Diesen Band kann man als Geburtsstunde der Beschäftigung der bpb mit digitalen Spielen betrachten. Wie man sieht, zu einem sehr kontroversen Thema, das in gewisser Weise aber auch heute noch aktuell ist. Dann startete im Anschluss 1992 der Newsletter »Computerspiele auf dem Prüfstand«, ein direkter Vorgänger unserer aktuellen Seite spielbar.de. Auf »Spielbar« wird sich einzelnen Titeln gewidmet, wir bieten eine pädagogische Einschätzung an, sowohl was die Chancen als auch die Risiken der Titel angeht.

Die Geburtsstunde dieses aktuellen Projektes liegt also im Jahr 1992. Das Projekt war ganz pfiffig: Es hat sich hierbei um keinen Newsletter gehandelt, sondern um eine Loseblattsammlung. Man kriegte da monatlich ein paar Blätter zugeschickt und konnte die an geeigneter Stelle im Ordner einheften. Über die Jahre hinweg wurde das zu einer Sammlung, in der die einzelnen Spiele pädagogisch besprochen wurden.

Die Besprechungen wurden auch damals schon mit jugendlichen Spieltestergruppen erstellt, das heißt, die Verantwortlichen sind damals in die offene Jugendbetreuung gegangen und haben dort die Spiele mit den Kindern ausprobiert. Die Kinder haben dann ihre Meinung dazu geäußert und die pädagogischen Fachkräfte haben die Titel schließlich rezensiert.

AG: Das scheint mir sogar recht progressiv?

MT: Ja, absolut. Ich meine, wenn das nicht seiner Zeit voraus gewesen wäre, würden wir es heute auch nicht mehr machen. Wir machen es natürlich ein bisschen anders und der Fokus hat sich verschoben. Die Sammlung habe ich im Regal stehen und hüte sie wie Smaug seinen Goldschatz. Es ist wunderbar, wenn man da durchblättert und wie ich in den Neunzigern groß geworden ist. Man sieht da alle Spiele, die man jemals mit neun oder zehn gespielt hat, aber auch indizierte Sachen wie *Duke Nukem* oder Klassiker wie *Doom*, *Lemmings*, *Civilization*, *Command & Conquer*. Das ist heute in dieser Breite natürlich nicht mehr möglich. Heute kommen ja nicht mehr nur zwei Spiele im Monat raus, sondern Schätzungen zufolge hunderte bis tausende.

Die Reihe wurde dann später auf 3,5 Zoll-Disketten transferiert und über unseren bpb-Shop vertrieben. 1995 sind wir auf CD-ROM umgestiegen und 1999 haben wir den Newsletter dann in eine Online-Datenbank überführt. Danach hat sich das irgendwann verselbständigt und ist zu einem Online-Magazin geworden. 2007 ist das Format in spielbar.de übergegangen. Ich bin dann 2013 dazugekommen und habe einen großen Relaunch gemacht, das Ganze responsiv gestaltet und Sachen umsortiert, entrümpelt. Heute ist es so, dass wir zwei große Bereiche haben: Wir testen einmal Spiele, deren Potenzial für die politische Bildung besonders groß ist, also in der Regel Serious Games, wie zum Beispiel *Train to Sachsenhausen*, wozu wir kürzlich einen Artikel veröffentlicht

haben. Und dann haben wir Spiele, die sehr beliebt sind und wo es einen großen medienpädagogischen Informationsbedarf gibt, also zum Beispiel *Fortnite*. Das spielen sehr viele Kinder und obwohl es ab 12 freigegeben ist, spielen Kinder es jetzt schon deutlich früher. Dadurch haben Eltern Informationsbedarf.

AG: Wie positioniert sich die bpb denn zu Games und was sind die wichtigsten Zielsetzungen für die nächsten Jahre?

MT: Also schon in diesen frühen Publikationen, die ich eben angerissen habe, war eigentlich immer klar, dass man nicht pauschal zum Medium Games Urteile fällen kann, dafür ist es einfach zu vielfältig. Man wusste damals schon, dass man *Doom* nicht einfach mit *The Secret of Monkey Island* vergleichen kann. Das sind völlig verschiedene Inhalte, Arten des Spielens und Motivationen, diese zu spielen. Man muss immer den einzelnen, konkreten Inhalt analysieren, aber auch wie man damit umgeht. Betrachtet man zum Beispiel das weitverbreitete Spiel *Minecraft*: Darin kann ich genau so fröhlich vor mich hin siedeln oder komplexe Redstone-Artefakte erschaffen, wie ich auch Battle Royale spielen kann. Es sind völlig verschiedene Sachen möglich, gerade bei Spielen, die sehr Modding-freundlich sind wie eben *Minecraft*. Das heißt, man muss immer konkret das Game betrachten, aber auch den Umgang damit und auch den sozialen Umgang innerhalb der Community dieses Games. Man darf nicht vergessen, dass sich auch die Zielgruppen von Spiel zu Spiel unterscheiden. Die von *Minecraft* ist anders als die von *Fortnite*, *FIFA* oder *Call of Duty*. Entsprechend haben auch die Communities verschiedene Kommunikationskulturen. Überall, wo Menschen zusammenkommen, kann man sich aber auch Abwertungen an den Kopf werfen. Es gibt also auch, je nach Spiel, toxische Kommunikationskulturen, die teilweise auch von Trollerei geprägt sind. Das betrifft meinem Eindruck nach vor allem die Spiele, die kompetitiv sind, auch kriegerische oder gewalttätige Inhalte können eine Rolle spielen. Es kommt dabei aber eigentlich weniger auf die Art der Darstellung an, sondern darauf, was man tatsächlich tut in diesem Spiel, also im Sinne prozeduraler Rhetorik nach Ian Bogost. Das heißt, man muss sich diese Communities anschauen. Ich glaube, wir sehen einen wichtigen Bedarf darin, in solche Communities reinzugehen und zu schauen, wie man dort über digitale Streetworker, über gemeinsame Codes of Conduct und Ähnliches Awareness generieren und die Kulturen ändern kann. Die Frage ist zum Beispiel, wie kann man eine Verbesserung in diesen Communities für alle erreichen und die Inklusivität erhöhen? Denn Diversität kann es erst geben, wenn ein Spiel wirklich auch inklusiv ist, denn eine exklusive Community hat tendenziell immer Schwierigkeiten, divers zu werden. Man muss also sehen, dass sich nicht eine Community bildet, die gewisse Gruppen ausschließt und dadurch zu einer Echokammer wird.

Ebenso wichtig ist, dass auch bei den Entwicklern und Entwicklerinnen, bei den Kreativen, eine gewisse Diversität herrscht, damit eine multiperspektivische Sicht auf das Spiel, auf das das Produkt da ist. Nur so können die Spiele inklusiver und offener für alle werden und eine sichere Kommunikationsumgebung bieten, in der sich alle wohlfühlen können und niemand abgewertet wird.

AG: Das heißt, Sie sprechen die verschiedenen Gruppen direkt an?

MT: Das steckt noch in den Kinderschuhen und ist ein neuer Arbeitsbereich, den wir

aufbauen. Aber wir denken, dass unsere Gesellschaft dort Verbesserungen herbeiführen kann. Wie genau, das wird sich im Detail dann noch zeigen. Aber wir versuchen natürlich, Kontakte zu den Communities, sowohl den Entwicklern und Entwicklerinnen wie den Spielern und Spielerinnen, aufzubauen.

Beispielsweise haben wir seit 2016 Game Jams veranstaltet. Die Jams dauern drei Tage, wir geben ein Thema vor und versuchen, uns mit den Teilnehmern und Teilnehmerinnen auszutauschen und dann dazu vor Ort die Spiele zu prototypisieren. Das ist ein sehr konstruktiver, fruchtbarer Austausch der wirklich sehr viel Spaß macht. Die Gespräche sind sehr wertvoll, die wir dort führen. Und wir haben auch das Gefühl, dass die Leute aus der kreativen Gaming-Community sehr interessiert an politischen Themen sind und dass sie sehr gut dazu in der Lage sind, schwierige politische Themen adäquat in Spielen aufzugreifen. So gesehen ist das ein sehr wertvolles Projekt, nicht nur bezüglich der Spiele, die dabei rauskommen, sondern auch wegen des Kontaktes zu Community und wegen des Austauschs.

AG: Um noch mal zurück auf die Spieler*innen zu kommen, ist das dann tatsächlich geplant, in die Spiele einzusteigen und die Spieler*innen dort anzusprechen?

MT: Es ist schon wichtig, dass man die Communities nicht alleine lässt. Ob das dann durch die Plattformbetreiber oder durch Bildungsinstitutionen geregelt wird, muss die Gesellschaft noch ausverhandeln. Klar ist: So eine Plattform ist riesengroß. Steam hat Millionen von Usern, Digital Streetworking durch eine kleine Behörde wie die unsere ist da utopisch. Selbst wenn wir unser ganzes Personal darauf werfen würden, Streetwork in Steam zu machen, bleibt es eine absolut unrealistische Angelegenheit. Was man eher machen könnte – hier spekuliere ich aber etwas – ist, einen partizipativen Prozess anzustoßen, in dem die Regeln dieser Plattformen für alle inklusiver geregelt werden. Ein quasi-demokratisch legitimer Code of Conduct, der innerhalb der Communities festgelegt wird und dadurch eine neue Wertigkeit erhält. Das wäre eher unsere Idee, also weniger durch harte, durchzusetzende Regelwerke, sondern eher über Aufmerksamkeit, Diskurs und Partizipation eine andere Sicht und Perspektive dazu zu vermitteln.

AG: An wen richtet sich das Angebot der bpb denn in erster Linie? Nur Schüler und Eltern?

MT: Wir haben ja die Eltern-LAN-Veranstaltungsreihe eingerichtet, die, wie der Name schon sagt, sich hauptsächlich an Eltern richtet. Aber es dürfen selbstverständlich auch Menschen kommen, die keine Kinder haben. Und es sind viele Lehrkräfte dabei, die einfach wissen wollen, was gespielt wird und wie man damit umgehen kann, was sie vielleicht auch den Eltern ihrer Klasse raten können, wie sie damit in der Klasse umgehen können, wie sie sowas vielleicht auch mal im Unterricht aufgreifen können. Wir versuchen uns an Menschen zu richten, die also einen besonderen Informationsbedarf haben. Unser Dossier »Digitale Spiele« hingegen, das 2022 erschienen ist, richtet sich an die interessierte Öffentlichkeit, also an alle. Das Dossier haben wir extra so gestaffelt, dass wir einen gewissen Kanon an einsteigerfreundlichen Artikeln haben, wo es dann erst mal um Grundsätzliches geht: Was sind das für Technologien, wo kommen Games eigentlich her, welche Spielweisen gibt es, wie werden Spiele genutzt und was ist eSport? Es sind solche Fragen, an die wir dann in tieferen Artikeln anschließen und die einzelne Problemberei-

che thematisieren, wie zum Beispiel prozedurale Rhetorik, also wie beeinflusst das Gameplay des Spiels die Wahrnehmung dieses Spiels, oder Spezialfragen wie zur Nutzung von Hakenkreuzen in Spielen, bei denen es schon ins Fachlich-Juristische reingeht. An alle gerichtet ist der Ratgeber auf Spielbar.de, den es auch ganz niederschwellig als Print-Broschüre zum Bestellen gibt. Hier werden die Grundlagen erklärt, ergänzt mit einem Glossar, das Gaming-Begriffe wie Kill und Respawn erklärt. Wenn man keine digitalen Spiele kennt, kann man ja mit solchen Vokabeln tendenziell nichts anfangen.

Spielbar.de richtet sich auch ein Stückweit an alle diejenigen, die sich für Bildungszwecke und die Risiken und Chancen von digitalen Spielen interessieren. Der Fokus liegt hier auf Menschen, die daran interessiert sind, mit, zu und durch Games Bildungsprozesse zu initiieren.

AG: Inwiefern hat die sehr öffentlich geführte politische Debatte um »Killerspiele« die Arbeit der bpb beeinflusst?

MT: Die bpb hat lange vor meiner Zeit erkannt, dass das Medium Games sehr differenziert betrachtet werden muss. Es gab ja viele Stimmen, die sehr pauschalisierend das Medium für Gewalttaten verantwortlich gemacht haben und das wurde in Studien, die Games zwar als Faktor mitbedacht haben, in dieser Pauschalität widerlegt. Ich glaube, dass es allen, die sich damit intensiver befassen, klar ist, dass dies immer mit einer Kombination aus komplizierten persönlichen Prädispositionen, Lebensverhältnissen, Erfahrungen und Sozialisierung, mit Bildungslebensläufen und mit einem Gefühl des Scheiterns zu tun hatte.

Ob Spiele dann einen kanalisierenden oder einen kathartischen Effekt haben ist nicht eindeutig feststellbar. Dieses Spannungsfeld und diese Uneindeutigkeit haben wir sehr früh aufgegriffen, etwa bei den Eltern-LANs, bei denen wir bewusst am Anfang *Counter-Strike* gespielt haben. Dadurch konnten wir im begrenzten Kreis dieser Eltern dieses Spiel ausprobieren und dann eine informierte Diskussion führen und den Diskurs versachlichen. Das Thema hat die bpb also stetig begleitet, wobei mein Eindruck ist, dass spätestens seit den späten 2010ern das Thema von untergeordneter Wichtigkeit geworden ist. Wichtigstes Thema sind nun die Spielzeiten, also wie lange soll ein Kind spielen und ab wann werden Spielzeiten zum Problem? An die Stelle des Diskurses Killerspiele trat also der Diskurs Spielsucht. Aus pädagogischer Sicht macht es ja auch Sinn, dass die sogenannte *Internet Gaming Disorder* das wichtigere Thema ist, denn die durchschnittlichen individuellen Spielzeiten sind ja stark angestiegen. Die JIM-Studie, die das Spielverhalten und Medienverhalten von 12- bis 19-jährigen untersucht, zeigt deutlich, dass Jugendliche im ersten Coronajahr während der Lockdowns montags bis freitags rund 260 Minuten täglich online waren. Das ist ein Anstieg von ca. einer Stunde im Vergleich zum Vorjahr. Das ist ein sehr hoher Wert und da kommt dann noch die sonstige Internet- und Mediennutzung hinzu.

Das heißt, dass das einfach ein wichtiges Thema ist und ich glaube, dass, wenn ein Medium erwachsen wird und eine so weite Verbreitung findet, man auch verstärkt diskutieren muss, wie es wirkt. Denn Spiele wirken auf die eine oder andere Weise auf Spielerinnen und Spieler – wie genau das hängt natürlich vom Inhalt und dem Umgang damit ab, aber auch davon, wie die Spielkultur beschaffen ist.

Man kann also nicht behaupten, Spiele wirken gar nicht und es ist völlig egal, was man da tut. Nein, die Inhalte sind wichtig und dafür muss man sich die Inhalte eben auch anschauen. Das müssen nicht nur wir in der politischen Bildung, sondern auch Lehrkräfte tun, das müssen auch Eltern tun. Und natürlich auch diejenigen, die selber spielen.

AG: Digitale Spiele werden ja, obwohl sie mittlerweile schon recht alt sind, immer noch als ein recht innovatives Medium wahrgenommen. Machen Sie sich das in der politischen Bildung auch zu Nutze und entwickeln bspw. selbst Serious Games zu bestimmten Bereichen?

MT: Digitale Spiele sind in der Produktion sehr teuer, das ist klar. Wir können also jetzt nicht das nächste *GTA* programmieren. *GTA V* hat 265 Millionen Dollar gekostet, wenn man das Marketing hinzuzählt. Das heißt, wenn wir etwas machen, kann das nicht mit den Gewohnheiten der aktuellen Gamingkultur konkurrieren. Dafür ist Bildung aber auch nicht unbedingt da. Was wir allerdings machen, sind Entwicklungsworkshops, also die Game-Jam-Reihe.

Da haben wir zum Beispiel 2021 einen Online-Game-Jam zum Thema Gender gemacht. Es war sehr spannend zu sehen, wie engagiert die Leute waren, die teilgenommen haben. Dort wurde unter anderem das Spiel *What's your gender?* entwickelt. Das ist ein exploratives Spiel, das auf eine sehr künstlerische, interessante Weise nonbinäre Begrifflichkeiten erklärt. Das sind nicht euklidische, geometrisch verwirrende Räume, die man dort erkundet. Dieses Spiel zum Beispiel halte ich für sehr geeignet, politische Bildung zu machen – das Spiel kann jeder nutzen. Es hat sogar 2021 den Bronze Award des australischen Melbourne Queer Games Festivals gewonnen.

Wir haben auch die deutsche Version von *Fake it to Make it* veröffentlicht. Das ist ein Spiel, wo es darum geht, für Fake News und die ökonomischen Zusammenhänge und Motivationen dahinter zu sensibilisieren. Oder auch *Moderate Cuddlefish*. Das ist bei unserem allerersten Game Jam entstanden. Darin wird das Spannungsfeld Meinungsfreiheit und Zensur bzw. Plattform-Regeln in sozialen Netzwerken auf eine sehr kurzweilige und, wie ich finde, auch Diskussionen anstoßende Weise vermittelt. Darin spielt man einen Tintenfisch, der einen Kommentar-Feed moderieren muss.

Also ja, wir arbeiten daran, digitale Spiele für die politische Bildung zu nutzen, und haben auch schon ein paar Sachen veröffentlicht.

AG: Lieber Herr Thanos, vielen Dank für das spannende Gespräch.

