



universität  
wien

# DIPLOMARBEIT / DIPLOMA THESIS

Titel der Diplomarbeit / Title of the Diploma Thesis

„Motive beim Spielen von FIFA – Eine quantitative Erhebung unter Spielerinnen und Spielern“

verfasst von / submitted by

Keywan Karimi

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of  
Magister der Naturwissenschaften (Mag. rer. nat.)

Wien, 2016

Studienkennzahl lt. Studienblatt /  
degree programme code as it appears on  
the student record sheet:

A 190 482 406

Studienrichtung lt. Studienblatt /  
degree programme as it appears on  
the student record sheet:

Lehramtsstudium UF Bewegung und Sport UF Mathematik

Betreut von / Supervisor:

Univ. Ass. Mag. Dr. Clemens Ley



## **Erklärung**

Ich, Keywan Karimi, erkläre hiermit, die vorliegende Diplomarbeit selbständig verfasst zu haben. Bis auf die angegebenen Quellen wurden keine weiteren Hilfsmittel verwendet und alle wörtlich oder inhaltlich übernommenen Passagen wurden als solche gekennzeichnet. Die Arbeit wurde nirgends anderes eingereicht.

Wien, im Juni 2016

Keywan Karimi



## **Kurzfassung**

Fußball ist eine der beliebtesten Sportarten weltweit. Doch nicht nur auf den unterschiedlichsten Plätzen werden Bälle gerne mit den Füßen in Tore getreten, sondern auch virtuell erfreut sich die Sportart größter Beliebtheit. Die digitale Fußball-Simulation FIFA von der Firma EA Sports zählt zu den meistverkauften Konsolenspielen. Auf der ganzen Welt wird das Spiel gespielt und fährt jedes Jahr mit dem Verkauf der neuen Version einen riesigen Umsatz für das Unternehmen ein.

Doch was macht FIFA so beliebt und hebt es von der Konkurrenz ab? Was sind die Gründe, dass so viele Menschen dem digitalen Kick verfallen sind? Ist es eher eine amüsante Beschäftigung in sozialen Gruppen oder nimmt es auch Formen von echtem Sport an und wie eng ist das Spiel mit der realen Sportart Fußball verknüpft?

Diese Fragen sollen in dieser Arbeit beantwortet werden. Dazu wurde mit Hilfe von passender Literatur und geeigneten, bereits mehrfach bewährten Erhebungsinstrumenten ein Fragebogen entwickelt, welcher die Motive beim Ausüben dieses virtuellen Hobbys erforschen sollte. Auch die Motive bei der Ausübung der Sportart Fußball werden beleuchtet und es wird versucht, Beeinflussungen und Zusammenhänge zwischen dem realen und dem digitalen Vergnügen festzustellen.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Fragebogenstudie wurden online befragt; es füllten ihn insgesamt 213 Personen im Alter von 13 bis 51 Jahren vollständig aus. Ein sehr großer Anteil der Befragten ist männlich und mehr als die Hälfte der Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind auch aktive Fußballerinnen und Fußballer.

Es zeigte sich, dass vor allem die Begeisterung für die Sportart Fußball der größte Ansporn zum Nutzen von FIFA darstellt. Auch der soziale Faktor, beispielsweise beim Spielen mit Freunden, bietet einen hohen Anreiz, ebenso wie die Spontaneität, mit der man FIFA ausüben kann, und die Freude am Wettkampf, die auch bei den Motiven für Fußball zu finden ist. Das „Berner Motiv- und Zielinventar im Freizeit- und Gesundheitssport“ (BMZI) konnte teilweise bestätigt werden, musste aber aufgrund der Differenz zwischen echtem und digitalem Sport auch sehr angepasst und erweitert werden.



## **Abstract**

Football is one of the most popular sports in the world. People do not only kick balls with their feet into goals on various different pitches in real life however, as the virtual version of the sport also has big popularity. The football simulation FIFA by the company EA Sports is one of the most sold videogames that exists. All around the world people play the game and every year the new version brings a lot of money into the enterprise.

But what makes FIFA so popular and superior to the competitors? What are the reasons that so many people fell for the digital football game? Is it more a funny occupation in social groups or does replicate the real sport and how close does it connect to the real sport of football?

This thesis attempts to answer these questions. Therefore a questionnaire to explore the motives of people who enjoy this virtual hobby was made with the help of established literature and proven tools. Further, the motives of practicing the sport football were also highlighted and it seeks to figure out the influences and relations between the real and digital amusement.

The participants of this survey were asked online and 213 people of the ages between 13 and 51 answered all the questions completely. A large group of those interviewed were masculine and more than half of them are also active football players.

The results showed that in particular the enthusiasm for football is the biggest incentive to use FIFA. The social factor, for example when playing with friends, has a big appeal too and so does the spontaneity with which you can play FIFA and the enjoyment of the competition which you can also find as some of the motives of football. It was somewhat possible to confirm the „Berner Motiv- und Zielinventar im Freizeit- und Gesundheitssport“ (BMZI) but it had to be adapted and expanded because of the differences between real and digital sport.



## Danksagung

Ich möchte mich als erstes sehr bei Univ. Ass. Mag. Dr. Clemens Ley für die gute Betreuung und ständige Unterstützung in jeder Phase der Entstehung dieser Arbeit bedanken. Danke für die Geduld, dafür, dass ich mit Problemen immer kommen konnte und sofort geholfen wurde, und vor allem auch dafür, dass es mir ermöglicht wurde ein Thema zu erforschen, welches mich sehr interessiert.

Ein weiterer Dank geht an die Teilnehmerinnen und Teilnehmer, die meinen Fragebogen beantwortet haben, und auch an jene, die mir geholfen haben die Umfrage zu verbreiten und möglichst viele Leute dafür zu gewinnen.

Von ganzem Herzen möchte ich meinen Eltern für die ständige Unterstützung in allen Bereichen meines Lebens danken. Ohne sie wären dieses Studium und so viele andere Dinge nie möglich gewesen. Mit völliger Selbstverständlichkeit taten sie immer alles Mögliche für mich und um zu zeigen, dass es von mir keineswegs als selbstverständlich angesehen wurde, ist mir dieser Dank besonders wichtig. Auch bei einigen Onkels und Tanten muss ich mich herzlich bedanken für die Unterstützung in so vielen Bereichen, wie zum Beispiel Hilfe beim Wohnungswechsel, auf finanzieller Ebene oder bei aufgetretenen Fragen.

Zu guter Letzt geht ein Dank an alle Freundinnen und Freunde, die einen Teil meines Weges mit mir gegangen sind, oder auch noch weiterhin gehen und allen wichtigen Menschen in meinem Leben.



# Inhaltsverzeichnis

<b>1 EINLEITUNG .....</b>	<b>1</b>
<b>2 THEORETISCHER HINTERGRUND .....</b>	<b>3</b>
2.1 DIGITALE SPIELE .....	3
2.1.1 <i>Virtueller Sport</i> .....	6
2.1.2 <i>Electronic Arts (EA)</i> .....	8
2.1.3 <i>Die FIFA-Reihe</i> .....	9
2.2 MOTIVE UND MOTIVATION.....	12
2.2.1 <i>Begriffserklärungen</i> .....	12
2.2.2 <i>Einteilung von Motiven</i> .....	14
2.2.3 <i>Einteilung von Motivation</i> .....	15
2.3 MOTIVE FÜR DIE TEILNAHME AM SPORT.....	16
2.3.1 <i>Klassifizierung nach Gabler</i> .....	16
2.3.2 <i>Klassifizierung nach Lehnert, Sudeck und Conzelmann (BMZI)</i> .....	18
<b>3 MOTIVE IM SPORT .....</b>	<b>20</b>
3.1 MOTIVE BEIM FUßBALL .....	20
3.2 MOTIVE BEI VIDEOSPIELEN.....	21
<b>4 FORSCHUNGSDESIGN .....</b>	<b>24</b>
4.1 FORSCHUNGSFRAGEN UND HYPOTHESEN .....	24
4.2 AUSWAHL DER ERHEBUNGSMETHODE .....	25
4.3 FRAGEBOGENERSTELLUNG .....	26
4.4 AUFBAU DES FRAGEBOGENS.....	28
4.5. GRUNDGESAMTHEIT DER STICHPROBE .....	30
4.6 DURCHFÜHRUNG DER DATENERHEBUNG .....	30
4.7 QUALITÄTSSICHERUNG.....	31
4.7.1 <i>Gütekriterien</i> .....	31
4.7.2 <i>Faktorenanalyse und Bildung von Subskalen</i> .....	32
4.7.3 <i>Feedback der Teilnehmerinnen und Teilnehmer</i> .....	39
4.8 DATENAUSWERTUNG .....	40
<b>5 ERGEBNISSE .....</b>	<b>41</b>
5.1 PERSÖNLICHE DATEN.....	41
5.1.1 <i>Geschlecht</i> .....	41
5.1.2 <i>Alter</i> .....	41
5.1.3 <i>Ausbildung</i> .....	42
5.1.4 <i>Herkunftsländer</i> .....	43
5.2 ART DER NUTZUNG VON FIFA.....	44

5.2.1 Spieljahre.....	44
5.2.2 Häufigkeit des Spielens.....	44
5.2.3 Besitz des Spiels .....	45
5.2.4 Art des Spielens.....	46
5.2.5 Spielfähigkeiten .....	47
5.2.6 Erstkontakt.....	47
5.2.7 Ausübung anderer digitaler Spiele .....	48
5.3 FUßBALL-HINTERGRUND.....	49
5.3.1 Häufigkeit der aktiven Ausübung.....	50
5.3.2 Spielen in einem Verein.....	50
5.3.3 Früher FIFA oder Fußball? .....	51
5.3.4 Motive beim Fußball.....	52
5.3.5 Stellenwert.....	53
5.4 MOTIVE BEIM FIFA .....	54
5.4.1 Mittelwerte der Subskalen.....	57
5.4.2 Selbstformulierte Motive.....	59
5.4.3 Unterschiede hinsichtlich der Faktoren „Geschlecht“ und „aktiver Fußballeausübung“ .....	60
5.4.4 Zusammenhänge hinsichtlich der Faktoren „Alter“, „Häufigkeit der FIFA-Nutzung“, „Häufigkeit des aktiven Fußballspielens“, „FIFA-Spielfähigkeiten“ und „Fußball-Leistungstufe“ .....	64
<b>6 DISKUSSION DER ERGEBNISSE.....</b>	<b>69</b>
6.1 DISKUSSION DER PERSÖNLICHEN DATEN.....	69
6.1.1 Geschlecht.....	69
6.1.2 Alter.....	69
6.1.3 Ausbildung.....	70
6.1.4 Herkunftsländer.....	70
6.2 DISKUSSION ZUR ART DER NUTZUNG VON FIFA .....	71
6.2.1 Spieljahre.....	71
6.2.2 Häufigkeit des Spielens.....	71
6.2.3 Besitz des Spiels .....	72
6.2.4 Art des Spielens.....	72
6.2.5 Spielfähigkeiten .....	72
6.2.6 Erstkontakt.....	72
6.2.7 Ausübung anderer digitaler Spiele .....	73
6.3 DISKUSSION ZUM FUßBALL-HINTERGRUND .....	73
6.3.1 Häufigkeit der aktiven Ausübung.....	73
6.3.2 Spielen in einem Verein.....	73

6.3.3 Früher FIFA oder Fußball?.....	74
6.3.4 Motive beim Fußball .....	74
6.3.5 Stellenwert.....	75
6.4 DISKUSSION ZU DEN MOTIVEN BEI FIFA.....	76
6.4.1 Mittelwerte der Subskalen .....	77
6.4.3 Unterschiede hinsichtlich der Faktoren „Geschlecht“ und „aktiver Fußballausübung“ .....	79
6.4.4 Zusammenhänge hinsichtlich der Faktoren „Alter“, „Häufigkeit der FIFA-Nutzung“, „Häufigkeit des aktiven Fußballspielens“, „FIFA-Spielfähigkeiten“ und „Fußball-Leistungsstufe“ .....	81
<b>7 SCHLUSSFOLGERUNGEN .....</b>	<b>84</b>
<b>LITERATURVERZEICHNIS .....</b>	<b>88</b>
<b>TABELLENVERZEICHNIS .....</b>	<b>91</b>
<b>ABBILDUNGSVERZEICHNIS .....</b>	<b>93</b>
<b>FRAGEBOGEN .....</b>	<b>94</b>



# 1 Einleitung

„König Fußball regiert die Welt“. Das sang bereits die deutsche Fußballnationalmannschaft 1973 in dem Lied „Fußball ist unser Leben“. Tatsächlich ist es so, dass die Sportart allgegenwärtig ist und sich weltweit sehr hoher Popularität erfreut. Egal ob Europa, Afrika oder Südamerika: Fußball verbindet und ist überall beliebt.

Fußball sorgt auf der ganzen Erde für Faszination. Die Sportart schafft es immer wieder zu überraschen, ist immer wieder für eine Sensation gut und schreibt sehr oft märchenähnliche Geschichten, wie aktuell zum Beispiel den Titelgewinn von Leicester City in der Premier League. Ein weiterer Grund für die Beliebtheit ist vielleicht, dass die Sportart einfach ist. Die Vorgaben und Richtlinien sind simpel und leicht zu verstehen (Hortleder, 1974, S. 134; zit. nach Rockenschaub, 2015, S. 1).

Es braucht nicht viel, um Fußball zu spielen, und im Endeffekt kommt es nur auf eines an, wie Sepp Herberger seinerzeit schon feststellte: „Das Runde muss ins Eckige.“ Und das nicht nur am Spielfeld, sondern immer mehr auch auf dem Bildschirm. Wir leben in einer hoch digitalisierten Welt. Sohnsmeier (2011, S. 35 f.) stellt fest, dass der Besitz von Handys, Computern oder Laptops und Spielekonsolen stetig größer geworden ist und digitale Spiele, genauso wie Fernsehen und Internet, aus der Sozialisation von Kindern nicht mehr wegzudenken sind. Studien wie die der Entertainment Software Association und die JIM-Studie des medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest bestätigen diese Aussagen.

„Die Dinge, die unser Leben wahrhaft von Grund auf ändern[,] fangen als Spielzeuge an.“ (Müller, 2010; zit. nach Sohnsmeier, 2011, S. 11)

Die Beliebtheit der Sportart Fußball spiegelt sich auch in der digitalen Welt wider. Das Konsolenspiel FIFA von EA Sports kann auf eine beträchtliche Erfolgsgeschichte zurückblicken und zählt zu den meistgenutzten Videospielen weltweit. Es ist vor allem bei jüngeren Menschen allgegenwärtig und steht dem realen Vorbild um wenig nach.

Diese Forschungsarbeit versucht herauszufinden, warum die Fußballanimation FIFA so beliebt ist, und warum sie von so vielen Menschen gespielt wird. Was sind die Motive und Beweggründe und gibt es einen Zusammenhang mit dem aktiven Ausüben der Sportart oder der Vorliebe für Fußball? Um diese Fragen zu beantworten wurde ein Fragbogen erstellt, der online von 213 Spielerinnen und Spielern ausgefüllt wurde.

In Kapitel 2 wird den Leserinnen und Lesern ein theoretischer Einstieg in das Thema gegeben. Unterpunkt 2.1 beschäftigt sich mit digitalen Spielen, zeigt deren Entwicklung und beleuchtet die Geschichte von FIFA. In Kapitel 2.2 werden die Begriffe Motiv und Motivation erläutert, ehe dann in Kapitel 2.3 das Augenmerk auf die Motive für das Ausüben von Sport gelegt wird.

Das nächste Kapitel beschäftigt sich explizit mit Motiven beim Fußballspielen und auch beim Nutzen von Videospiele, ehe dann in Kapitel 4 das Forschungsdesign dargestellt wird. Hier werden Punkte wie beispielsweise die Forschungsfragen oder der Aufbau des Fragebogens vorgestellt.

Kapitel 5 veranschaulicht die Ergebnisse der Umfrage mit Hilfe von Tabellen. Auch die Tests zum Überprüfen der Hypothesen werden hier angeführt.

Im sechsten Kapitel werden die zuvor präsentierten Ergebnisse diskutiert, interpretiert und teilweise mit bereits vorhandener Literatur verglichen.

Im letzten Teil der Arbeit werden aus den Ergebnissen Folgen gezogen und ein möglicher Ausblick für die weitere Bearbeitung der Thematik gegeben.

# 2 Theoretischer Hintergrund

## 2.1 Digitale Spiele

Der technische Fortschritt unserer Zeit und die daraus entstandenen Möglichkeiten haben zur Folge, dass die Nutzung vieler technischer Geräte in unserer Gesellschaft keine Besonderheit mehr darstellt, sondern zum Alltag gehört. TV-Geräte sind beinahe in jedem Haushalt zu finden. Da vielen Jugendlichen Fernsehen alleine oft schon zu langweilig wird, obwohl es noch immer zu den beliebtesten Freizeitaktivitäten zählt, gehen sie einen Schritt weiter und spielen in virtuellen Welten. Sohnsmeyer (2011, S. 35 f.) gibt in Bezug auf die JIM-Studie<sup>1</sup> 2009 an, dass mit 60% knapp zwei Drittel der 12- bis 19-Jährigen einen eigenen Fernseher in ihrem Zimmer haben, 75% nutzen einen Computer oder Laptop und fast die Hälfte aller befragten Jugendlichen (45%) besitzt eine Spielkonsole. Die jüngere Generation unserer Zeit verbringt also einen großen Teil ihrer Freizeit mit Computer- oder Videospiele. Laut dem Autor sind es wochentags von Montag bis Freitag im Durchschnitt 58 Minuten pro Tag und am Wochenende (Sa-So) 74 Minuten pro Tag, an denen die Kinder und Jugendlichen vor Bildschirmspielen sitzen. Bei diesen Zeiten kommt es jedoch geschlechtsspezifisch zu großen Unterschieden.

Die JIM-Studie des mpfs<sup>2</sup> von 2015 zeigt sogar, dass bereits in 75% aller Haushalte eine feste Spielkonsole vorhanden ist, und 25% der Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren täglich am Computer, auf Konsolen oder online spielen. 65% der männlichen Befragten finden es wichtig bzw. sehr wichtig, Computer- oder Videospiele zu nutzen. Bei den weiblichen sind es lediglich 21%.

Die Wurzeln digitaler Spiele reichen bis in die 50er-Jahre des 20. Jahrhunderts zurück, wo sie aber nur auf Rechnern von Universitäten existierten. Wirtz (2009, S. 547) nennt als Ausgangspunkt für den in den 1970er-Jahren beginnenden kommerziellen Erfolg von Computer- und Videospiele einen Spielautomaten, der 1971 öffentlich in einer Spielhalle aufgestellt wurde und auf dem Videospiele gespielt werden konnten.

---

<sup>1</sup> Jugend, Information, (Multi-) Media

<sup>2</sup> Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest

Pfeiffer und Wochenalt (2011, S. 85) gehen sogar noch einen Schritt weiter und sprechen von der Geburt der Subkultur der Videospiele in den 1970er-Jahren. Als damalige Hauptkonsumenten von Arcadespielen an diesen Automaten nennen sie junge Männer.

Anscheinend ließ dich damals schon ein Trend erkennen, denn auch heute ist die Zahl der männlichen User von Computer- und Videospiele um einiges größer als die des anderen Geschlechts. Fast doppelt so viele Burschen wie Mädchen im Alter von 12 bis 19 Jahren besitzen eine Spielkonsole. Sie benutzen ihre Geräte in der Regel ungefähr doppelt so häufig wie weibliche Jugendliche in diesem Alter. Statistisch gesehen spielen Jungs mit eher schlechterer Schulbildung im Alter zwischen 16 und 17 am meisten, während Mädchen mit hoher formaler Bildung im Alter von 12-13 sich am wenigsten damit beschäftigen. An den Wochenenden ist die Nutzung intensiver als unter der Woche, was natürlich mit der Freizeit zu tun hat. Dass sich männliche Jugendliche mehr für digitale Spiele entscheiden, könnte mit dem allgemein höheren Interesse für Computer und Technik im Vergleich zu weiblichen Jugendlichen einhergehen. Die große Akzeptanz von und Affinität zu solchen virtuellen Spielen sind ein Resultat daraus, dass die jüngeren Generationen bereits in einer digitalisierten Welt aufwachsen. Die Faszination des Spielens im Vergleich zu klassischen Medien, wie zum Beispiel Film, liegt in der Interaktion. Man sieht sich immer neuen Aufgaben gegenüber und verschmilzt mit der Welt des Bildschirmspieles. Es entsteht ein „Flow-Zustand“ (vgl. u. a. Freitag, 2009, S. 9 f.; mpfs, 2015; Sohnsmeier, 2011, S. 35 ff.).

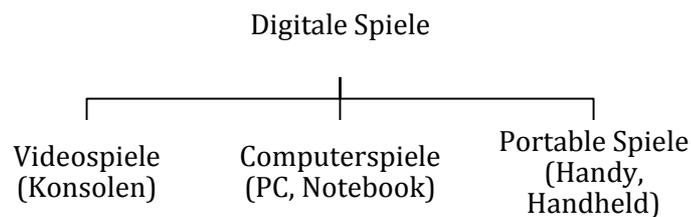
Digitale Spiele bieten dem Nutzer eine Möglichkeit, auf relativ einfache und bequeme Art und Weise dem Alltag in eine andere Welt zu entfliehen oder einfach zu entspannen und abzuschalten. Sie lassen nach Sohnsmeier (2011, S. 31) eine virtuelle Welt entstehen. Diese ist laut seiner Expertise ein bestimmter Teil der Lebenswelt der digitalen Spielerinnen und Spieler, der sich von anderen Bereichen abgrenzt. Virtuelle Welten beschränken sich aber nicht auf digitale Spiele.

Fritz (2004, S. 204) nennt unter anderem neben Computerspielen und virtuellen Spielgemeinschaften auch Online-Banking oder Chat-Rooms als Beispiele für virtuelle Welten.

„Die verschiedenen Formen digitaler Spiele bilden jedoch den Kern der virtuellen Welt: die virtuelle Spielwelt. Digitale Spiele erzeugen diese virtuelle Spielwelt und eröffnen den Spieler(inne)n Möglichkeiten des Zugangs zu und des Einwirkens auf diese Welt“ (Sohnsmeier, 2011, S.31)

Bei Sohnsmeier (2011, S. 31) wird gemäß der unterschiedlichen Spielplattformen – Computer, Konsolen und Mobiltelefone, Tablets und dergleichen – zwischen Computerspielen, Videospiele und mobilen Spielen unterschieden.

Wiemeyer (2009, S. 120) definiert den Oberbegriff „digitale Spiele“ als „Spiele, die mit Hilfe von Medien mit Mikroprozessoren realisiert werden. Ihr Spektrum umfasst Computerspiele, Videospiele (Konsolen) und mobile Spiele.“



**Abbildung 1: Einteilung digitaler Spiele**

Anders als bei Computern, die in erster Linie von den meisten als Arbeitsgeräte verwendet werden, um damit Zugang zum Internet zu haben, Texte zu schreiben oder Dateien zu bearbeiten, sind Konsolen auf digitale Spiele spezialisiert und optimiert. Angeschlossen werden Konsolen normalerweise an TV-Geräte, die das Bild dazu ausgeben. Handhelds sind mobile Geräte, die ein eigenes Display haben (Sohnsmeyer, 2011, S. 32). Dazu zählen neben Handys und Tablets, auch Geräte wie „Gameboy“ oder „PSP“. Bei den beiden letzten handelt es sich um Geräte, die in erster Linie entwickelt wurden, um damit spielen zu können. Sie sind also eine Art tragbare Spielekonsole.

Das Spiel „EA Sports FIFA“ ist in jeder Form dieser digitalen Spiele zu finden, jedoch sind die Versionen für Computer, Handy oder Ähnliches sehr vereinfacht oder nur Zusätze zum eigentlichen Spiel. Es war anfangs lange Zeit auch als Computerspiel beliebt, jedoch konnte dieses mit den grafischen und technischen Leistungen der spezialisierten Konsolen irgendwann nicht mehr mithalten. Deshalb ist FIFA, wie auch alle anderen großen Sportspiele, jetzt hauptsächlich als Konsolenspiel bekannt und als solches anzusehen. Zu den marktführenden Konsolenherstellern zählt Sohnsmeier (2011, S. 32) Microsoft (Xbox, Xbox 360, Xbox One), Sony (PlayStation 1, 2 und 3) und Nintendo (GameCube, Wii), wobei die Sportspiele von EA auf letzterem in den seltensten Fällen gespielt werden. Die folgende Tabelle zeigt, welche unterschiedlichen Spielgenres eher als Konsolenspiel und

welche eher als Computerspiel beliebter sind. Hier kann man sehen, dass die für diese Arbeit wichtigen Sportspiele – allen voran natürlich die FIFA-Reihe – auf Konsolen wesentlich häufiger konsumiert werden.

**Tabelle 1:** Marktanteile nach Genre und Art Spieles (in Anlehnung an Entertainment Software Association, 2015)

Genre	Beispiele	Marktanteil Videospiele	Marktanteil Computerspiele
Actionspiele	Grand Theft Auto, Battlezone	28,2%	2,5%
Abenteuerspiele	Myst, Syberia	6,0%	4,8%
Rollenspiele	Final Fantasy, Fallout	9,5%	20,2%
Strategiespiele	Command & Conquer, Anno	4,1%	37,7%
Fahrspiele	Need for Speed, Driver	5,2%	0,3%
Ego-Shooter	Far Cry, Call of Duty	21,7%	6,4%
Sportspiele	FIFA, Madden NFL	13,3%	0,2%
Familienpiele	Wii Play, Mario Party	3,3%	0,7%

Anhand der Tabelle, welche sich auf Daten der Entertainment Software Association (2015, S. 10) stützt, sieht man, dass der Anteil der Spielerinnen und Spieler von Sportspielen, die den Computer zum Spielen verwenden, mit 0,2% verschwindend klein ist. Als Videospiele sind Sportspiele jedoch sehr beliebt und zählen jährlich zu den meistverkauften Spielen, wie man in Kapitel 2.1.1 sehen wird.

### 2.1.1 Virtueller Sport

Die ersten digitalen Sportspiele erscheinen in den 1980er-Jahren. Die Olympischen Spiele 1984 in Los Angeles waren der Anlass für die Veröffentlichung einer Reihe von Spielen, bei denen zum ersten Mal mehrere der olympischen Disziplinen ausgewählt werden konnten (Böckl, 2012, S. 31).

Wiemeyer (2009, S. 121) stellt in Bezug auf die Sportwissenschaft einige interessante Fragen zum Thema virtuelle Sportspiele:

Wie werden Elemente anderer Medien (z. B. Live-Übertragung im Fernsehen oder Radio) in digitale Sportspiele integriert? Welche Sportarten werden abgebildet und nach welchen Kriterien erfolgt die Auswahl, z. B. Medieninteresse, Publikumswirksamkeit, Abbildbarkeit im Medium Computerspiel? Was macht den Erfolg digitaler Sportspiele aus? Wer spielt sie? Ziehen sie eher aktive oder passive Sportler an? Gibt es Verdrängungs-, Kompensations- oder sogar Synergieeffekte im Hinblick auf aktives Sporttreiben? Welche Motivation weisen digitale Sportspieler auf? Welche Wirkungen haben digitale Sportspielaktivitäten auf das reale Sporttreiben? Sind sie in der Lage, Aggressionen abzubauen und spezifische Selbstwirksamkeitserfahrungen zu vermitteln?

Auch Bildschirmspiele beinhalten immer irgendeine Art von Bewegung. Meistens beschränkt es sich wie bei klassischen Computer- und Konsolenspielen, die beispielsweise mit einem Controller gespielt werden, auf feinmotorische Bewegungsabläufe. Durch neue Technologien, die unter anderem mit Bewegungserkennung arbeiten, ist es mittlerweile auch möglich, bei den Spielen großmotorisch aktiv zu werden. Hier ähneln die Bewegungsmuster, zum Beispiel bei Box- oder Tennisspielen, sehr den echten Sportarten. Der Controller wird wie das Sportgerät geschwungen. Aus sportwissenschaftlicher Betrachtung ist das Transferpotenzial dieser Spiele sehr interessant (Wiemeyer, 2009, S. 121 f.).

FIFA und andere beliebte und weit verbreitete Sportspiele werden hauptsächlich auf Konsolen unter Verwendung von Controllern gespielt. Wiemeyer (2009, S. 122 ff.) nennt Studien, die belegen, dass ein Transfer auf sensomotorischer Ebene erwartet werden kann. So sollen sich zum Beispiel die räumliche Wahrnehmung und die Reaktionsfähigkeit durch digitale Spiele verbessern. Diese Veränderungen treten als Nebeneffekt virtueller Spiele auf. Als zweite Ebene, auf der es im Sport zu Transfereffekten kommt, wird die kognitive (Wissen, Entscheidung, Strategie) genannt. Negative Auswirkung auf die aktive sportliche Betätigung haben digitale Spiele nicht. Es wird sogar auf eine Studie von Lorber verwiesen, nach der Videospielderinnen und Videospielder tendenziell sogar mehr Sport treiben.

Als ein weiteres Phänomen in der Welt des virtuellen Sports nennt Wiemeyer (2009, S. 126 f.) den sogenannten e-Sport, eine Community, die digitale Sportspiel-Wettkämpfe or-

ganisiert. Es gibt internationale und nationale Ligen sowie regelmäßige Events und Turniere, bei denen zum Teil hohe Preisgelder gewonnen werden können.

Der Einfluss digitaler Sportspiele hat, wie man sieht, in unserer Gesellschaft schon riesige Dimensionen angenommen. Tabelle 1 aus Kapitel 2.1 zeigt, dass Sportspiele (13,3%) in den USA nach Action- (28,2%) und Shooter-Spielen (21,7%) die beliebtesten Konsolenspiele 2014 waren. Bei Statistiken zu Computerspielen spielen sie fast keine Rolle, was erneut verdeutlicht, dass sie hauptsächlich für die neuesten Versionen von Xbox und PlayStation gemacht werden. FIFA 15 lag im Ranking der meistverkauften Spiele 2014 auf Platz 9. In den Vereinigten Staaten, wo andere Sportarten traditionellerweise populärer sind, werden die Sportspielsimulationen „Madden NFL 15“ (Platz 2) und „NBA 2k15“ (Platz 7) natürlich noch öfter gekauft. Bemerkenswert ist vielleicht, dass FIFA 15 in der Statistik dennoch vor dem Eishockeyspiel „NHL 15“ lag (Entertainment Software Association, 2015, S. 10 f.).

In Europa ist aktuell „FIFA 16“ auf beiden führenden Konsolen mit 5,07 Millionen verkauften Kopien für PS4 und 1,77 Millionen verkauften Spielen für Xbox das meistverkaufte Spiel überhaupt. Hier sind wiederum andere Sportspiele nicht unter den ersten Plätzen zu finden (Statista, 2016). Laut der JIM-Studie 2015 liegt FIFA nach „Minecraft“ im Ranking aller digitalen Spiele, also Computer-, Konsolen-, Online-, Tablet- und Handyspiele, auf dem zweiten Platz.

### **2.1.2 Electronic Arts (EA)**

Der US-amerikanische Konzern Electronic Arts – oder kurz EA – ist einer der weltweit größten Videospieldevelopper und –publisher aller Zeiten. Besonders bei Sport-Videospielen ist er weltweit führend. Zu seinen Aushängeschildern gehören vor allem die Simulationen der Sportarten Fußball, Eishockey und American Football. EA besitzt weltweit mehrere Produktionsstätten und hat auch mehrere eigene Studios, wie zum Beispiel EA Montreal, EA Korea, EA Japan, EA North Carolina und viele mehr (GIGA Games, 2010).

Gegründet wurde Electronic Arts 1982, und die Firmenzentrale befindet sich in Redwood/Kalifornien. Der Konzern entwickelt und produziert nicht nur Spiele für alle verschiedenen Spielekonsolen, PCs und Mobiltelefone, sondern bietet auch Zusatzinhalte und Onlinedienste an. Laut eigenen Angaben hat EA mehr als 300 Millionen registrierte Nutzer auf der ganzen Welt und erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2014 einen Umsatz von

3,6 Milliarden US-Dollar. Zu den bekanntesten Marken des Unternehmens gehören unter anderem Die Sims, Madden NFL, NHL, Battlefield und eben EA Sports FIFA (EA, 2016).

Eines der entscheidendsten Jahre in der Geschichte von Electronic Arts ist das Jahr 1991. Gründer William „Trip“ Hawkins verlässt die Firma, und die neue Geschäftsführung von EA gründet eine Tochterfirma: EA Sports. Diese startete damals mit der heute noch sehr beliebten American Football-Animation „John Madden Football“ (heute Madden NFL) und ist ebenso für die FIFA-Spielereihe verantwortlich. 1991 wurde auch der Grundstein für EA Canada gelegt. Das ist das zurzeit größte Entwicklerstudio, welches auch FIFA entwickelt. EA Sports versucht seit Bestehen die Lizenzen für alle möglichen Sportligen, Mannschaften, Spieler, Stadien etc. zu bekommen. Das Halten der FIFA-Lizenz hat es ihnen wahrscheinlich letztendlich ermöglicht, den lange Jahre sehr hartnäckigen Konkurrenten PES (Pro Evolution Soccer) in den letzten Jahren eindeutig abzuhängen (GIGA Games, 2010).

Zu den bekanntesten Titeln von EA gehören neben den Sportvideospiele FIFA, NHL und Madden NFL beispielsweise Need for Speed, Die Sims, das erfolgreichste PC-Spiel aller Zeiten, Command & Conquer, Medal of Honor, an dessen Idee Steven Spielberg beteiligt war, und Battlefield. Man sieht also, dass EA keineswegs nur die Sparte Sport im Repertoire hat. So existiert Electronic Arts heute unter den drei Labels EA Sports, EA Sports Big und EA Games (oder nur EA) (GIGA Games, 2010).

### **2.1.3 Die FIFA-Reihe**

Der aktuellste Teil der Spiele-Reihe ist „FIFA 16“. Dieser bietet, wie auch schon einige Vorgänger, unterschiedlichste Spielmodi. Man kann sowohl einfach einzelne Spiele bestreiten als auch eine Karriere als Manager oder als einzelner Spieler starten, wobei man dann einen ziemlich realen Spielplan einer Saison vorfindet und auch Titel bzw. Aufstiege feiern kann. Es ist auch möglich, unterschiedliche Turniere selbst zu erstellen und zu spielen. Es gibt immer die Möglichkeit, gegen computergesteuerte Mannschaften in unterschiedlichen Schwierigkeitsstufen oder gegen einen oder mehrere Freunde anzutreten. Dann stehen noch verschiedene Online-Spielmodi zur Auswahl, in denen man sich gegen Gegner aus aller Welt behaupten kann. Hier zählt auch der beliebteste aller Spielmodi dazu: „Ultimate Team“<sup>3</sup>. In diesem Modus wird nicht mit den echten Vereinen oder Natio-

---

<sup>3</sup> deutsch: „Ultimative Mannschaft“

nalmannschaften gespielt, sondern jede Spielerin und jeder Spieler baut sich seine eigene Mannschaft auf. Es gibt einen „echten“ Transfermarkt, auf dem mit erspielten oder erwirtschafteten Spielmünzen agiert wird. Da FIFA eines der beliebtesten und meistverkauften Online-Spiele ist, hat es auch eine große e-Sport-Community.

Die Ursprünge der Erfolgsgeschichte von EA Sports FIFA liegen mittlerweile schon über 20 Jahre zurück. Der erste Teil der Spielereihe erschien am 15. Juli 1993 unter dem Namen „FIFA International Soccer“. Wäre die FIFA Fußballweltmeisterschaft im Jahr 1994 nicht in den USA, sondern in einem anderem Land ausgetragen worden, wäre eine der weltweit beliebtesten und meistverkauften Spiele-Reihen vielleicht nie entstanden, oder zumindest erst einige Jahre später erschienen. Die Macher Electronic Arts nahmen nämlich die WM 94 in ihrem Heimatland zum Anlass für die Entwicklung des ersten Spieles, dem in den Folgejahren noch viele folgen sollten. Die Spiele-Serie wurde also in einem Land geboren, das nicht wirklich für seine Begeisterung für diesen Sport bekannt ist. Und obwohl Fußball in den letzten Jahren immer populärer wurde, sind Sportarten wie American Football, Basketball, Eishockey oder Baseball in den Vereinigten Staaten immer noch beliebter (Geyer & Lewalter, 2013).

Zuvor war Electronic Arts bereits erfolgreich mit „Madden NFL Football“ und „NHL“, die laut Geyer und Lewalter (2013) bereits damals zu den realistischsten Simulationen zählten. Auch „FIFA International Soccer“, welches damals auf der Sega Mega-Drive-Konsole erschien, konnte von Beginn an begeistern. Weil das Spiel anlässlich der WM in den USA produziert wurde, konnte man damals nur mit Nationalmannschaften spielen, und obwohl es damals noch keine Lizenzspieler mit echten Namen gab, sorgte man vor allem technisch für eine kleine Revolution und setzte sich somit von der Konkurrenz ab. Geyer und Lewalter (2013) nennen hier im Speziellen die Wahl der Kameraperspektive und die Tatsache, dass es EA gelang, das erste Fußballspiel in 3D-Grafik zu entwickeln, als großen Wurf. Was die Grafik betrifft, war man also auch damals schon auf Innovation bedacht und den anderen Entwicklern voraus. In weiterer Folge sicherte man sich dann zwei Jahre später für „FIFA Soccer 96“ als erster Spielehersteller die FIFA-Lizenz, die bis heute vielleicht der größte Grund für die Überlegenheit gegenüber der Konkurrenz darstellt. 2001 tauchte mit „Pro Evolution Soccer“ – kurz PES – vom japanischen Spielehersteller Konami ein ernstzunehmender Mitstreiter auf, der sich mit der Spiele-Reihe von Electronic Arts einige Jahre einen harten Kampf um die Spitze lieferte. Zwar waren die Verkaufszahlen von FIFA immer besser, jedoch stieß PES FIFA in Sachen Kritikerbewertung vom Thron. Das Spiel

von Konami hatte zwar viel weniger Lizenzen, punktete aber mit seinem realistischen Spielablauf. Mittlerweile liegt jedoch die Spiele-Reihe von EA Sports wieder unangefochten an der Spitze.

Dem ersten Teil „FIFA International Soccer“ folgten jährlich neue Versionen des Spiels. Zu Großveranstaltungen, wie Weltmeisterschaften und Europameisterschaften, erscheinen meistens noch zusätzliche Ableger von EA Sports. Man hat es auch mit extra Spielen zu Champions League und der deutschen Bundesliga versucht, diese beschränkten sich aber jeweils auf zwei Exemplare. Des Weiteren gibt es noch die „FIFA-Street“-Reihe, die bis jetzt aus vier Ablegern besteht und in der nicht der übliche Stadionfußball gespielt wird, sondern wo man dem sogenannten Straßenfußball in Hinterhöfen, Käfigen, Hallen und dergleichen frönen kann, bei dem viel mehr Wert auf Tricks und Finten gelegt wird (Computer Bild, 2013).

Die einzigen Lizenzen, die FIFA-Spielerinnen und -Spieler zurzeit vermissen müssen, sind die der europäischen Club-Wettbewerbe Champions League und Euro League. Dafür werden im aktuellsten Teil die ersten Frauennationalteams angeboten. Damit ist man den immer lauter werdenden Forderungen der letzten Jahre nachgekommen und möchte wohl auch weibliche Kunden dazugewinnen.

Böckl (2012, S. 36 ff.) thematisiert in seiner Untersuchung die Geschichte des Verhältnisses von Frauen mit und in Computerspielen. Er konstatiert noch weit verbreitete stereotype Geschlechterverteilungen und beobachtet, dass weibliche Figuren in Spielen in drei verschiedenen Erscheinungsformen auftreten:

1. Als „harmlose Phantasiewesen“ wie zum Beispiel Prinzessinnen.
2. Als „hypersexualisierte Kämpferinnen“ wie zum Beispiel die sehr bekannte Figur Lara Croft
3. Als „authentisch gebrochene Frauenfigur“ die stark und selbstbewusst, aber auch verletzlich ist.

Den letzten Typ sieht der Autor als Reaktion auf die steigenden Zahlen von Computerspielerinnen. Auch im FIFA-Spiel spielen die Frauenmannschaften eine kleine, untergeordnete Rolle. Da die weiblichen Nationalteams jedoch zum ersten Mal dabei sind, wird man vielleicht noch eine Entwicklung in den nächsten Jahren beobachten können. Andererseits ist FIFA damit mehr oder weniger ein Abbild der realen Fußballwelt, in der Frauenfußball auch weniger populär ist.

## 2.2 Motive und Motivation

Die Worte „Motiv“ und „Motivation“ werden in der Umgangssprache meist synonym verwendet. Bei genauerer Beschäftigung mit den Ausdrücken gibt es dennoch Unterschiede zwischen den beiden Begriffen, welche im folgenden Kapitel dargestellt werden sollen.

Bakker, Whiting und van der Burg (1992, S. 22) bezeichnen Motive als „relativ stabile Merkmale, die ein Individuum zu Aufnahme bestimmter Aktivitäten veranlassen“ und Motivation hat laut ihnen mit dem „Zustand eines Organismus, der für Initiierung einer bestimmten Handlung zu einem bestimmten Zeitpunkt verantwortlich ist“ zu tun. Motive sind demnach also Ausprägungen der Persönlichkeit, während sich Motivation aus mehreren Faktoren, darunter auch Motiven, zusammensetzt.

### 2.2.1 Begriffserklärungen

Sowohl zum Begriff „Motiv“ als auch zum Terminus „Motivation“ gibt es mehrere Definitionen von unterschiedlichen Wissenschaftlern. Hier sollen ausgewählte Definitionen präsentiert werden und so Unterschiede zwischen dargelegt werden.

„Das Motiv ist ein Beweggrund für Verhalten, unterschieden von seinem konkreten Ziel, leitende [sic!] antreibende seelische Hinter- und Bestimmungsggrund des Handelns. Nach dem stärkeren Motiv richtet sich meist das Geschehen – die schwächeren werden abgedrängt. Einer Handlung geht selten ein einzelnes Motiv, meist ein Motivbündel voraus, das Wahlmöglichkeiten vorstellen hilft und mögliche Folgen erwägt“ (Dorsch, 1976, S. 427; zit. nach Kreindl, 2015, S. 13).

Motive sind Verhaltensdispositionen, die auf eine allgemeine Zielvorstellung, wie beispielsweise Macht oder Leistung, ausgerichtet sind. Sie steuern also handelnde Personen, wobei für ein bestimmtes Verhalten gleichzeitig individuelle Einschätzungen und Beurteilungen ablaufen müssen. Unterschiedliche Motive sind von Individuum zu Individuum verschieden stark vorhanden. Ihre Ausprägung hängt mit der persönlichen Wichtigkeit spezieller Situationen ab. Dies führt zu einer Hierarchie (Erdmann, 1983, S. 15 f.). Beispiele für Motive sind nach Bakker, Whiting und van der Burg (1992, S. 22) unter anderem das „Explorationsmotiv“, das „Leistungsmotiv“, das „Machtmotiv“ oder das „Affiliationsmo-

tiv“, bei welchem es um das Bedürfnis nach Freundschaft und emotionalen Beziehungen geht.

Bei Alfermann und Stoll (2007, S. 101) ist folgende Definition zu finden:

„Motiv ist ein relativ stabiles Persönlichkeitsmerkmal zum Aufsuchen oder Meiden thematisch ähnlicher Situationen.“

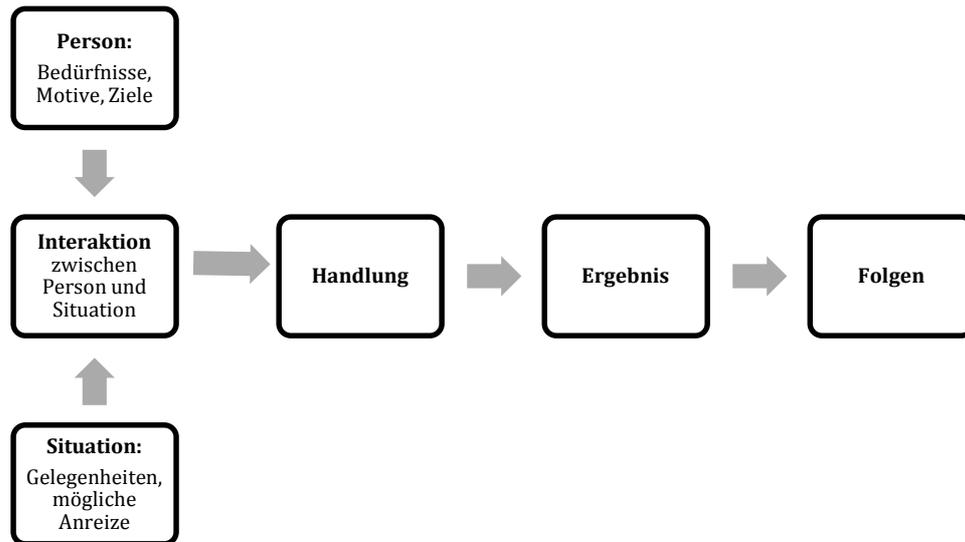
Während Motive also individuelle Eigenschaften bzw. Persönlichkeitsmerkmale sind, ist „Motivation“ ein etwas größerer Begriff, der sich aus mehreren Bausteinen zusammensetzt. Motive sind laut Bakker, Whiting und van der Burg (1993, S. 22) nur Teile von Einflüssen auf Motivation. Biologisch bestimmte Bedürfnisse und situationsbedingte Faktoren sind nicht von geringerer Wichtigkeit.

Motivation ist ein immer aktueller Prozess, der eine Aktivität oder Handlung aktiviert, intensiviert und in eine gewünschte Richtung steuert. Es ist ein Zusammenspiel aus inneren, individuellen Ursachen, zu denen zum Beispiel auch die Motive zählen, und äußeren, situativen Umständen. Die Motivation ist also der Antreiber für das Handeln eines Menschen (Alfermann & Stoll, 2010, S. 107 ff.).

Gabler (2002, S. 13) fasst Motivation sehr gut als „Sammelbezeichnung für alle personenbezogenen Zustände und Prozesse, mit deren Hilfe versucht wird, das ‚Warum‘ und ‚Wozu‘ menschlichen Verhaltens zu klären“ zusammen.

Drei wichtige Begriffe im Zusammenhang mit motiviertem Handeln sind Aktivierung, Zielausrichtung und Intensität. Die Aktivierung ist der erste Anstoß, der einer Handlung voran geht und den Stein ins Rollen bringt. Ein Beispiel wäre der Kauf des Spiels FIFA. Die Zielausrichtung bezieht sich auf Situationen, die Menschen fesseln, wie zum Beispiel der Vergleich mit anderen oder ein reales Fußballspiel. Unter Intensität fallen Anstrengungen und Aufwand, die in die Aktivität gesteckt werden. Es wird beschrieben, welche Ausdauer und welchen Fokus man aufwendet, um sein Ziel zu erreichen (Alfermann & Stoll, 2010, S. 109).

Auf motivierte Handlungen haben viele verschiedene Aspekte Einfluss. Diese Faktoren können entweder von der Person ausgehen oder auch situationsbedingt sein.



**Abbildung 2:** Vereinfachung vom „Überblickmodell zu Determinanten und Verlauf motivierten Handelns“ (in Anlehnung an Heckenhausen & Heckenhausen, 2006, S. 3)

Abbildung 2 zeigt, dass einerseits Motive und andere persönliche Faktoren bzw. andererseits situative Umstände gemeinsam interagieren und es dadurch zu einer Handlung kommt, die ein Ergebnis und die daraus resultierenden Folgen nach sich zieht. Motive sind also nur eine Komponente von motiviertem Verhalten. Aus diesem Zusammenspiel von Motiven und äußeren Zuständen entsteht nach Alfermann und Stoll (2010, S. 111) Motivation. Sie ist ein aktueller Zustand, der ein Verhalten startet, voran treibt, in eine bestimmte Richtung bringt und auf ein Ziel lenkt.

### 2.2.2 Einteilung von Motiven

Puca und Langens (2008, S. 192) unterscheiden zwischen „biogenen“ und „soziogenen“ Motiven. Bei biogenen Motiven handelt es sich um angeborene Bedürfnisse von Menschen, wie zum Beispiel Hunger oder Durst. Unter soziogenen Motiven verstehen sie solche, die im Laufe der Zeit durch Sozialisation oder Lernprozesse entstanden sind. Hier wären Anschlussmotiv, Leistungsmotiv oder Machtmotiv als Beispiele zu nennen. Völlig abgrenzen kann man diese erlernten Motive von den angeborenen nicht. Man ist inzwischen vielmehr der Meinung, dass eine Wechselwirkung stattfindet. Das heißt, die angeborenen (biogenen) Motive werden von Lernprozessen und Sozialisation beeinflusst, und

umgekehrt werden auch die erlernten (soziogenen) Motive aufgrund von genetischen Voraussetzungen determiniert.

Bei Heckenhausen und Heckenhausen (2006, S. 3) wird zwischen impliziten und expliziten Motiven unterschieden. Die Autoren teilen personenbezogenen Faktoren für Motivation überhaupt in drei Gruppen:

1. „Universelle Verhaltenstendenzen und Bedürfnisse,
2. Motivdispositionen (implizite Motive), die einzelne Individuen von anderen unterscheiden,
3. Zielsetzungen (explizite Motive), die eine Person gefasst hat und verfolgt.“

Unter die universellen Verhaltenstendenzen und Bedürfnisse fallen die biogenen Bedürfnisse von Puca und Langens. Es sind also biologisch angeborene Grundbedürfnisse wie Hunger oder Durst.

Um implizite und explizite Motive zu erklären, betrachtet Brunstein (2006, S. 236 f.) die Ausführungen von McClelland: „Implizite Motive beruhen auf früh gelernten, emotional getönten Präferenzen, sich immer wieder mit bestimmten Formen von Anreizen auseinander zu setzen.“ Auf der anderen Seite spiegeln explizite Motive „die Selbstbilder, Werte und Ziele wider, die sich eine Person selbst zuschreibt und mit denen sie sich identifiziert.“ Sie dienen also zur Selbstidentifikation und können sprachlich benannt werden, was bei den impliziten aufgrund ihrer frühen Entwicklung nicht möglich ist.

Heckenhausen und Heckenhausen (2006, S. 236) beschreiben die expliziten und impliziten Motive als grundsätzlich unabhängig voneinander. Dennoch können sie gemeinsam auf ein Verhalten einwirken, was auch zu Konflikten führen kann.

### **2.2.3 Einteilung von Motivation**

Der Begriff Motivation lässt sich in zwei Teile gliedern. Auf der einen Seite gibt es die „intrinsische“ Motivation und auf der anderen Seite erscheint die „extrinsische“. Intrinsisches Handeln ist leistungsorientiertes Handeln. Es tritt nach Gabler (2002, S. 64) dann ein, wenn „Handlungsziel und Handlungszweck thematisch übereinstimmen“, während bei extrinsischem Handeln „Handlungsziel und Handlungszweck thematisch nicht übereinstimmen“. Das bedeutet, dass bei intrinsischer Motivation die Handlung um ihrer selbst stattfindet, also quasi von innen bestimmt ist. Bei extrinsischer Motivation hingegen tut

man etwas wegen eines Grundes von außen, wie zum Beispiel, um Anerkennung zu bekommen oder Geld zu verdienen. Auch zwischen den beiden Motivationsformen ist es nicht immer möglich, eine genaue Grenze zu ziehen. Zudem können sie auch gemeinsam auftreten. Dies ist beispielsweise bei Sportlerinnen und Sportlern der Fall, die für ihre Aktivitäten Geld bekommen oder bei Trainerinnen und Trainern bzw. Sportlehrerinnen und Sportlehrern. Bei ihnen spielen sowohl finanzielle (also extrinsische) Beweggründe als auch die Freude an der Sportart eine Rolle, was als intrinsische Motivation zu werten ist.

## **2.3 Motive für die Teilnahme am Sport**

Dieses Kapitel versucht zu erläutern, was die Beweggründe dafür sind, dass Menschen Sport ausüben. Warum entscheiden sie sich für eine ganz bestimmte Sportart? Warum quälen sich einige mehrmals die Woche, egal bei welchem Wetter und nehmen Muskelkater und Müdigkeit in Kauf? Was sind die Motive dahinter?

Die Wissenschaft hat zu diesem Thema schon viele Klassifizierungssysteme entwickelt, dennoch ist es wahrscheinlich nicht möglich, eine genaue Antwort zu geben. Allerdings erkennt man neben den Unterschieden in den Klassifikationen auch einige Gemeinsamkeiten, aus denen man allgemeine Schlussfolgerungen ziehen kann (Bakker, Whiting & van der Burg, 1992, S. 27). Für die Fragestellungen meiner Arbeit sind die Klassifizierungen von Gabler und Lehnert, Sudeck und Conzelmann von Bedeutung, welche im Folgenden beschrieben werden.

### **2.3.1 Klassifizierung nach Gabler**

Für Gabler (2002, S. 13) sind Motive im Sport „persönliche Wertungsdispositionen, die auf sportliche Situationen gerichtet sind“. Um es überschaubar zu machen, betrachtete er Grundsituationen im Sport, zu denen die meisten Sportlerinnen und Sportler länger allgemeine Wertungsdispositionen haben, die immer wieder vorkommen.

Gabler (2002, S. 14 f.) unterscheidet vorderhand drei Ziele, auf die sich die Motive beziehen können:

1. „auf das Sporttreiben selbst
2. auf das Ergebnis des Sporttreibens
3. auf das Sporttreiben als Mittel für weitere Zwecke“

Im Anschluss daran teilt er die Motive in Motive, die sich nur auf die eigene Person beziehen („ichbezogen“), und in Motive, die in einem sozialen Zusammenhang stehen, wo also auch noch andere Personen involviert sind. Er kommt dann zur folgenden Systematik von Motiven:

**Tabelle 2:** *Motive im Sport* (Gabler, 2002, S. 17)

	<b>Ichbezogen</b>	<b>Im sozialen Kontext</b>
Bezogen auf das Sporttreiben selbst	1. Bewegung, körperliche Aktivität, Funktionslust 2. Freude an bestimmten sportspezifischen Bewegungsformen 3. Ästhetische Erfahrungen 4. Bewegungsempfindungen, kinästhetische Erfahrungen 5. Selbsterfahrung, Selbsterkenntnis 6. Askese, körperliche Herausforderung, Selbstüberwindung 7. Spiel 8. Risiko, Abenteuer, Spannung	9. Soziale Interaktion
Bezogen auf das Ergebnis des Sporttreibens	10. Leistung als Selbstbestätigung und sachbezogener Erfolg 11. Leistung als Selbstbestätigung und subjektbezogener Erfolg 12. Leistung als Selbstbestätigung und sozialbezogener Erfolg	13. Leistung als Präsentation 14. Leistung als Fremdbestätigung 15. Leistung als Prestige 16. Leistung als Dominanz und Macht
Bezogen auf das Sporttreiben als Mittel für weitere Zwecke	17. Gesundheit 18. Fitness, körperliche Tüchtigkeit 19. Aussehen, Eitelkeit 20. Entspannung, Zerstreuung, Abwechslung 21. Kompensation (Ausgleich) 22. Naturerlebnis 23. Freizeitgestaltung 24. Materielle Gewinne 25. Reisen	26. Kontakt, Anschluss 27. Geselligkeit, Anschluss 28. Aggression 29. Sozialer Aufstieg 30. Ideologie

All diese Motive fasste Gabler letztlich in sechs Gruppen zusammen: Erholung, Natur, Fitness, Kontakt, Leistung und Bewegungsfreude.

### 2.3.2 Klassifizierung nach Lehnert, Sudeck und Conzelmann (BMZI)

Ein anderes Klassifizierungssystem für Motive im Sport ist das BMZI<sup>4</sup>. Es stammt von Lehnert, Sudeck und Conzelmann und dient der „multidimensionalen Erfassung von Motiven und Zielen im Freizeit- und Gesundheitssport“ (Lehnert, Sudeck & Conzelmann, 2011, S. 146).

Es wurden viele bereits bestehende Klassifizierungen betrachtet und unterschiedliche Fragebogensysteme verglichen. Als wichtigstes Fundament für die Erstellung des BMZI diente die Einteilung von Gabler (Lehnert, Sudeck & Conzelmann, 2011, S. 49).

Das Ergebnis war ein Fragebogen mit 24 Itemformulierungen in 7 Motivbereichen, welche in der Tabelle dargestellt werden.

**Tabelle 3:** Subdimensionen und Itemformulierungen des BMZI (Conzelmann et al., 2012, S. 6)

Subdimensionen		Itemformulierungen
Fitness/Gesundheit		... um mich in körperlich guter Verfassung zu halten.
		... vor allem um fit zu sein.
		... vor allem aus gesundheitlichen Gründen.
Figur/Aussehen		... um abzunehmen.
		... um mein Gewicht zu regulieren.
		... wegen meiner Figur.
Kontakt	im Sport	... um mit anderen gesellig zusammen zu sein.
		... um etwas in einer Gruppe zu unternehmen.
		... um dabei Freunde/Bekannte zu treffen.
	durch Sport	... um dadurch neue Menschen kennenzulernen.
		... um durch den Sport neue Freunde zu gewinnen.
Ablenkung/Katharsis		... um Ärger und Gereiztheit abzubauen.
		... weil ich mich so von anderen Problemen ablenke.

<sup>4</sup> „Berner Motiv- und Zielinventar im Freizeit- und Gesundheitssport“

Subdimensionen	Itemformulierungen
	... um Stress abzubauen.
	... um meine Gedanken im Kopf zu ordnen.
Aktivierung/Freude	... um mich zu entspannen.
	... vor allem aus Freude an der Bewegung.
	... um neue Energie zu tanken.
Wettkampf/Leistung	... weil ich im Wettkampf aufblühe.
	... um mich mit anderen zu messen.
	... um sportliche Ziele zu erreichen.
	... wegen des Nervenkitzels.
Ästhetik	... weil es mir Freude bereitet, die menschliche Bewegung im Sport zu erleben.
	... weil mir Sport die Möglichkeit für schöne Bewegungen bietet.

## 3 Motive im Sport

Die Frage nach dem Sinn hinter dem Sporttreiben des Einzelnen ist allgegenwärtig, und vermutlich taucht sie früher oder später im Leben des Sporttreibenden auf: „Warum mache ich das? Warum quäle ich mich selbst und vielleicht auch noch bei schlechtem Wetter? Warum investiere ich so viel Zeit, die ich auch anders nutzen könnte?“, sind Fragen, die sich Sportlerinnen und Sportler so oder in einer anderen Form bestimmt schon einmal selbst gestellt haben oder von verständnislosen Nichtsportlerinnen oder Nichtsportlern zu hören bekamen.

Wie zentral die Fragen nach den Beweggründen zum Sporttreiben sind, zeigt auch die Anzahl an Werken zu diesem Thema. Man findet allein in der Universitätsbibliothek Wien schon unzählige Forschungsarbeiten dazu. Darunter sind auch viele Diplomarbeiten, welche sich mit den unterschiedlichsten Sportarten beschäftigen. Von Schriften, die sich mit den „Mainstream-Sportarten“ wie Fußball, Eishockey und Basketball beschäftigen, bis hin zu Arbeiten, die sich mit weniger bekannten und populären Sportarten wie Fechten oder Karate auseinandersetzen, findet man fast alles.

Da ich seit vielen Jahren ein sehr begeisterter Fußballer und Spieler des Fußball-Videospiels FIFA bin, hat es mich interessiert, welche Motive beim Spielen dieser Simulation ausschlaggebend sein können und ob Zusammenhänge zwischen tatsächlichem Sporttreiben bzw. den Motiven Fußball zu spielen bestehen.

### 3.1 Motive beim Fußball

Da es sich bei Fußball um eine der weltweit am meisten verbreiteten und relativ alten Sportarten handelt, gibt es natürlich unzählige Werke, die sich mit diesem Sport auseinandersetzen. Parr (2006, S. 7) stellt fest, dass „Fußball auf vielfältigste Art und Weise fast alle Bereiche des Lebens betrifft“. Es gibt unzählige Arten von Büchern und Arbeiten. Von historischen Büchern und Sachbüchern über Kinderbücher, Trainings- und Taktikbücher bis hin zu unzähligen Analysen ist alles zu finden.

Es wurden beispielsweise bereits Geschlechtsunterschiede bei der Motivation zum Fußballspielen untersucht. Es kam heraus, dass der Aspekt „Wettkampf“ für Männer eine wichtige Rolle spielt, während für Frauen der Faktor Fitness sehr entscheidend ist. Keine Unterschiede gab es hingegen in Bezug auf soziale Motive. Sowohl Männer als auch Frau-

en spielen gerne in einer Mannschaft und wollen Kameradschaft erleben (Hintersteiner, 2012; zit. nach Rockenschaub, 2015, S. 20).

Rockenschaub (2015) untersucht in seiner Arbeit die „Motivstrukturen im Fußball“ bei Spielern in Österreich. Seine Ergebnisse zeigen, dass die Motive in Zusammenhang mit Erfolg, Sozialem und Physis am häufigsten vorkommen. Am meisten genannt wurde bei seiner Untersuchung das Motiv „...um zum Mannschaftserfolg beizutragen“. Als am wichtigsten präsentierten sich die Faktoren „Herausforderung/Wettkampf“ und „Kontakt im/durch Sport“. Die Items der beiden Überbegriffe wurden am häufigsten genannt. Ein weiterer wichtiger Punkt war „Fitness und Wohlbefinden“. Weniger wichtig ist männlichen Fußballern alles, was mit „Figur/Aussehen“ zu tun hat (Rockenschaub, 2015, S. 90 f.).

Anhand dieser Ergebnisse kann man davon ausgehen, dass primär die Herausforderung bzw. der Wettkampf, sich mit anderen zu messen und dadurch auch seine eigenen Fähigkeiten zu verbessern, den Reiz der Sportart Fußball ausmacht. Des Weiteren ist der soziale Kontakt, nämlich das gemeinsame sich Treffen, das gemeinsame Trainieren bzw. Spielen und sich in dieser sozialen Umgebung wohl zu fühlen ein wichtiges Motiv, dem Fußball regelmäßig und mit Freude nachzugehen. Willkommener und nicht unwichtiger Nebeneffekt dieser Sportart ist unumgänglich das eigene körperliche Wohlbefinden. Insgesamt kann man dieses Ergebnis so interpretieren, als dass der Mix aus physischer und psychosozialer Zufriedenheit den Fußballsport für die befragten Fußballspieler ausmacht. (Rockenschaub, 2015, S. 91)

Fußball wird nach Rockenschaub (2015, S. 91 f.) auch weniger als Ausgleich zum Alltag ausgeübt und auch nicht, um sein Gewicht zu reduzieren.

## **3.2 Motive bei Videospiele**

Eine zentrale Frage dieser Arbeit ist es, was Videospiele an sich haben, das Spielerinnen und Spieler fesselt. Was ist das Faszinierende an digitalen Spielen? Warum haben sie so großes Suchtpotenzial? Was macht den Unterschied zum herkömmlichen Fernsehen aus?

„Als Faszinationselement in Computerspielen gilt ein darin vorkommendes Einzelmerkmal, das audiovisueller, geschichtlicher, aber auch dynamischer Art – als Ablauf oder als Spielmechanik – sein kann und beim Spieler bewirkt, dass er sich in Erwartung eines positiven Gefühls (Freude, Selbstvertrauen, Stolz etc.) freiwillig, lang und konzentriert mit der entsprechenden Software befasst.“ (Freitag, 2009, S. 19)

Da digitale Spiele bereit sehr ausdifferenziert sind, gibt es sehr unterschiedliche Motive für die Ausübung der jeweiligen Spiele. Sohnsmeier (2011, S. 38) führt die hohe Popularität auf das große Faszinationspotential zurück Die Beliebtheit kann vielleicht auf die Interaktivität als zusätzliches Element im Vergleich zu Filmen zurückgeführt werden. Hier reizt ein ständiger Wechsel zwischen Eingabe und Ergebnis. Man ist aktiv. Spaß, Spannung, Herausforderung und soziale Faktoren sind die meistgenannten Motivgruppen. Natürlich dienen digitale Spiele auch dazu, Langeweile zu bekämpfen, seiner Phantasie freien Lauf lassen zu können, oder sind zur Entspannung gedacht. Des Weiteren kommt es zu einem Flow-Zustand, wenn Spielerinnen und Spieler mit dem Spiel verschmelzen und von anderen Gedanken abgelenkt werden. Dennoch belegen Studien, dass ein hoher Konsum von digitalen Spielen nicht auf Kosten von traditionellen Freizeitaktivitäten geht (vgl. u. a. Sohnsmeier, 2011, S. 38 ff.; Böckl, 2012, S 41 ff.).

Für Sohnsmeier (2011, S. 40) ist der Zusammenhang und Einfluss von Eingabe und Ausgabe etwas, das virtuelle Spiele so beliebt macht. Er fasst das wie folgt zusammen: „Die Faszination von digitalen Spielen entsteht also, weil diese die kausale Einflussnahme auf das virtuelle Spielgeschehen möglich machen.“

Einen weiteren wichtigen Faktor stellen nach Sohnsmeier (2011, S. 40) die Aufgaben in digitalen Spielen dar. Sie verlangen von den Spielerinnen und Spielern eine Lösung. Diese Herausforderungen erzeugen ein Spannungsgefühl, da man zuvor nicht weiß, ob man sie meistern kann. Zu Beginn einer Spielsituation entsteht also eine gewisse Anspannung, die sich bei Erfolg in Euphorie verwandelt. Da bei Nicht-Bestehen natürlich auch ein gegenteiliger Effekt entstehen und die Spiellust dadurch schwinden kann, gibt es bei den Bildschirmspielen Schwierigkeitsstufen, die angepasst werden können. So überwiegen die positiven Erfahrungen und der Spielspaß bleibt bestehen.

Nach der Auswertung seiner Ergebnisse nennt Böckl (2012, S. 77) als das häufigste Motiv für virtuelles Sporttreiben das soziale, gefolgt von Entspannung und Wettkampf. Ein wei-

teres wichtiges Motiv in seiner Forschung ist die „Freude an der Bewegung“. Bei seiner Studie ging es naturgemäß jedoch ausschließlich um Sportspiele auf der Wii-Konsole, bei welcher man sich aufgrund von Sensoren selbst bewegt, um zu spielen. Die motorischen Abläufe ähneln den wirklichen sportartspezifischen Bewegungen. Da FIFA ein Konsolenspiel ist, welches mit Hilfe eines Controller gespielt wird, sind für diese Arbeit Faktoren, die mit Bewegung oder Aussehen zu tun haben, irrelevant.

# 4 Forschungsdesign

## 4.1 Forschungsfragen und Hypothesen

In erster Linie beschäftigt sich meine Arbeit mit der Untersuchung von Motiven beim Spielen von digitalen Sportspielen. Am Beispiel von „EA Sports FIFA“ soll die Motivation von Spielerinnen und Spielern, die diesem Hobby nachgehen, untersucht werden.

Die Forschungsfrage lautet wie folgt:

*Warum spielen Menschen das Computerspiel FIFA und besteht ein Zusammenhang mit der aktiven Ausübung von Fußball?*

Rund um diese Fragestellung ergaben sich dann folgende Unterfragen:

- Welche Gruppe von Menschen spielt am häufigsten?
- Wie werden die FIFA-Spielerinnen und Spieler auf das Spiel aufmerksam?
- Aus welchen Motiven heraus spielt man das Videospiel?
- Spielen FIFA-Spielerinnen und Spieler auch aktiv Fußball? Wenn ja, was sind ihre Motive beim Fußball?
- Ist das Interesse an Fußball ein Grund, um FIFA zu spielen, oder kann das Videospiel zur Aktivität motivieren?
- Welchen Stellenwert nimmt das Videospiel ein?

Der Kern der Arbeit sind die Motive beim Spielen von FIFA. Deshalb sollen folgende Fragen mit Hilfe einer Hypothesenprüfung beantwortet werden:

- Gibt es einen Unterschied bei den Motiven zwischen Männern und Frauen?  

Hypothese 1: Die Motive von Männern beim Spielen von FIFA unterscheiden sich von den Motiven von Frauen.
- Gibt es einen Unterschied bei den Motiven zwischen aktiven Fußballspielerinnen und Fußballspielern und jenen, die nicht aktiv spielen?  

Hypothese 2: Die Motive von aktiven Fußballerinnen und Fußballern unterscheiden sich von den Motiven jener, die nicht spielen.

- Gibt es einen Zusammenhang zwischen dem Alter der Befragten und den Motiven?  
Hypothese 3: Es gibt einen Zusammenhang zwischen dem Alter der FIFA-Spielerinnen und FIFA-Spieler und den Motiven.
- Gibt es einen Zusammenhang zwischen der Häufigkeit des Spielens und den Motiven?  
Hypothese 4: Es gibt einen Zusammenhang zwischen der Häufigkeit der Nutzung von FIFA und den Motiven.
- Gibt es einen Zusammenhang zwischen der Häufigkeit des aktiven Spielens und den Motiven bei FIFA?  
Hypothese 5: Es gibt einen Zusammenhang zwischen der Häufigkeit des aktiven Spielens und den Motiven bei FIFA.
- Gibt es einen Zusammenhang zwischen der angegebenen Könnensstufe bei FIFA und den Motiven?  
Hypothese 6: Es gibt einen Zusammenhang zwischen dem angegebenen Können bei FIFA und den Motiven.
- Gibt es einen Zusammenhang zwischen der Leistungsstufe beim aktiven Fußball und den Motiven bei FIFA?  
Hypothese 7: Es gibt einen Zusammenhang zwischen der Leistungsstufe beim aktiven Fußballspielen und den Motiven bei FIFA.

## 4.2 Auswahl der Erhebungsmethode

Für die Erhebung der für meine Arbeit wichtigen Daten wurde ein Fragebogen verwendet. Diese Methode wurde gewählt, um eine möglichst große Anzahl an Teilnehmern zu erreichen und so die Ergebnisse repräsentativer zu machen. Außerdem wählte ich einen Online-Fragebogen anstelle von gedruckten Exemplaren, da mir das als sinnvoller erschien, die Verbreitung des Fragebogen dadurch erleichtert wurde und ein größerer Radius von Personen erreicht werden konnte.

Ein weiterer Vorteil des Online-Fragebogens ist die zeitliche Flexibilität. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer können selbst entscheiden, wann sie die Fragen beantworten und so dafür sorgen, dass ohne zeitlichen Stress genaue Antworten gegeben werden. Darüber hin-

aus war das Gewähren von Anonymität bei der Online-Variante einfacher, denn gedruckte Fragebögen wären vermutlich vorrangig an Leute verteilt worden, die ich kenne. Außerdem konnte ich über Internetplattformen wie Facebook oder Foren von FIFA eine große Reichweite erzielen und so viele Spielerinnen und Spieler für meine Umfrage gewinnen. Zudem ist ein Online-Fragebogen bei der Auswertung von Vorteil, da die Ergebnisse dann bereits in digitaler Form vorliegen.

Ein Nachteil bei Online-Befragungen ist, dass der Fragebogen so genau und unmissverständlich wie möglich gestaltet sein muss, da auf Unklarheiten und Fragen bei der Beantwortung nicht eingegangen werden kann. Aus diesem Grund wurde auf eine möglichst eindeutige und klare Gestaltung geachtet. Ebenso könnte es passieren, dass eine Person den Fragebogen öfters beantwortet, oder auch Leute, die gar nicht FIFA spielen, an der Umfrage teilnehmen. Diese beiden Probleme schätze ich jedoch in meinem Fall für gering ein, da der Fragebogen relativ umfangreich ist und die Bearbeitung für Teilnehmerinnen und Teilnehmer etwas Zeit in Anspruch nimmt. Der relativ große Umfang des Fragebogens hat wiederum möglicherweise zur Folge, dass ihn einige nicht vollständig beantworten und mittendrin beenden. Um das zu vermeiden, wurde darauf geachtet, dass die Zielgruppe eine möglichst positive Beziehung zur Thematik hat und die Fragen interessant gestaltet sind.

Um etwaigen Problemen entgegenzuwirken, hatten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer als zusätzliche Motivation die Möglichkeit, Informationen über die Ergebnisse zu bekommen. Außerdem wurde eine E-Mail-Adresse angegeben, um auftretende Fragen klären zu können.

### **4.3 Fragebogenerstellung**

Vor der Erstellung des Fragebogens für diese Arbeit wurde nach bereits existierenden Fragebögen gesucht, die sich mit einem vergleichbaren Thema beschäftigen und deren Aufbau für meine Forschung geeignet wäre. So wurden Fragebögen betrachtet, die im Zuge einer Forschungsreihe am Zentrum für Sportwissenschaft der Universität Wien erstellt wurden und sich mit „Motiven im Sport“ beschäftigen. Sie erheben Daten zu Motiven bezüglich unterschiedlichster Sportarten wie zum Beispiel Ultimate Frisbee (Hochreiner, 2014) oder Hip-Hop-Tanz (Kreuzeder, 2015). Von besonderem Interesse für die Erstellung des Fragebogens für diese Arbeit war jener von Rockenschaub (Motivstrukturen im Fußball, 2015),

da sich meine Forschung ebenfalls teilweise mit den Motiven im Fußball beschäftigt und vor allem Zusammenhänge zu den Motiven beim Spielen mit FIFA untersuchen soll.

In Anlehnung an diese Grundlagen-Fragebögen wurde der Fragebogen zu dieser Umfrage modifiziert und an die möglichen Motive bei FIFA angepasst. Die bereits genannten Umfragen zu den unterschiedlichen Motiven beziehen sich alle auf das BMZI und beinhalten die 24 Items von Conzelmann et al. (2012).

Für den Fragebogen zur Untersuchung der Motive von FIFA in dieser Arbeit wurde ebenfalls das BMZI als am geeignetsten empfunden, wenngleich einige Items als unpassend eingestuft und gestrichen wurden. Zum Beispiel wurde die Subdimension „Figur/Aussehen“ als irrelevant angesehen und entfernt. Bei anderen Subdimensionen fanden Anpassungen an das spezielle Thema, das keine direkte Sportart im klassischen Sinne ist, statt. Dafür wurden 33 Items hinzugefügt und die Bandbreite wurde auch um einige Subdimensionen, wie zum Beispiel „Durchführbarkeit/Unabhängigkeit“, ergänzend erweitert.

Zur Erhebung der Motive von FIFA-Spielerinnen und FIFA-Spielern beim aktiven Fußballspielen wurden nur die relevanten Items der Auswertung von Rockenschaub (2015) verwendet. Dies hatte den Grund, dass die Motive bereits von ihm untersucht wurden und der Fragebogen für diese Arbeit sonst auch zu umfangreich geworden wäre. Die Erhebung dieser Daten erfolgt, um zu untersuchen, ob sich die Motive im Fußball zwischen „digitalen Fußballerinnen und Fußballern“ und „realen“ AkteurInnen unterscheiden.

Es werden sowohl offene als auch geschlossene Fragen verwendet, wobei der Anteil an geschlossenen Fragen überwiegt. Bei den Fragen zu den Motiven findet man z.B. geschlossene Fragen mit Einschätzungsskalen. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer müssen zu unterschiedlichen Aussagen angeben, wie sehr oder wie wenig diese auf sie zutreffen. Auch bei den Fragen zur Person und zum FIFA-Spiel stehen vorgegebene Antwortmöglichkeiten zur Auswahl. Offene Antwortmöglichkeiten dienen hauptsächlich als Ergänzung zu gestellten Fragen.

Die Fragen wurden mit der Anrede „du“ gestellt. Dies wurde für sinnvoll erachtet, da viele Spielerinnen und Spieler eher der jüngeren Generation angehören und ich auch einige der Befragten kenne.

Um den Fragebogen bezüglich Länge und Verständlichkeit zu testen, wurden zu Beginn zwei Pilot-Tests durchgeführt. Diese wurden an Freunden von mir durchgeführt, die zur Zielgruppe der FIFA-Spieler gehören. Da es ein positives Feedback gab und nichts mehr

verändert werden musste, konnten ihre Daten auch gleich verwendet werden, und der Fragebogen konnte für andere Teilnehmerinnen und Teilnehmer online gestellt und verbreitet werden.

## **4.4 Aufbau des Fragebogens**

Die Struktur des Fragebogens ähnelt den genannten Umfragen zu den Motiven in den unterschiedlichen Sportarten, die als Vorlage dienten. Der Fragebogen ist am Ende der Arbeit als Anhang beigefügt.

Die erste Seite ist ein Deckblatt, das kurz beschreibt, worum es in der Umfrage geht und welche Ziele sie verfolgt. Es wird darum gebeten, dass die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sich genügend Zeit nehmen und alle Fragen vollständig und ehrlich beantworten. Weiters wird darauf hingewiesen, dass es nicht entscheidend ist, wie oft oder intensiv man das Spiel FIFA spielt, es jedoch Voraussetzung ist, dass man spielt. Ebenfalls auf der ersten Seite steht eine Angabe über die ungefähre Dauer der Bearbeitung der Fragen, es wird auf die Anonymität hingewiesen und mitgeteilt, dass man sich auch Informationen zu den Ergebnissen einholen kann. Außerdem werden die Anzahl der Fragen und eine E-Mail-Adresse für etwaige Verständnisfragen angegeben.

Um jeweils weiter zu gelangen, klicken die Teilnehmerinnen und Teilnehmer auf „Weiter“. Nach der Einleitung teilt sich der Fragebogen in verschiedene Kapitel:

1. Persönliche Daten
2. Einstieg FIFA
3. Motive bei FIFA
4. Fußball-Hintergrund
5. Vergleich Fußball – FIFA
6. Andere Sportarten
7. Feedback

Im ersten Teil der Umfrage geht es um Informationen über die teilnehmende Person. Es wird nach Angaben zu Geschlecht, Alter, Ausbildung und Wohnort gefragt. Damit sollen soziodemographische Daten der Teilnehmerinnen und Teilnehmer gesammelt werden, die

anschließend untersucht und auch auf Unterschiede bei den Motiven getestet werden können.

Im zweiten Fragenblock geht es um das FIFA-Spiel. Es wird ausführlich über die Benutzung des Spiels gefragt:

- wie viele Jahre man bereits spielt,
- wie oft pro Woche man spielt,
- wie lange man spielt, wenn man spielt,
- ob man das Spiel selbst besitzt und immer die aktuelle Version hat,
- ob man alleine oder mit Freunden spielt,
- wie man sein eigenes Können einschätzt,
- wie man auf das Spiel aufmerksam geworden ist,
- und wie es mit der Nutzung anderer Videospiele aussieht.

Der dritte Teil ist der zentrale Teil, der sich mit den Motiven beim FIFA-Spielen beschäftigt. Hier sollen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer angeben, inwieweit die erarbeiteten Itemformulierungen auf sie zutreffen oder nicht. Zusätzlich wird noch in Form einer offenen Frage nachgefragt, ob es Motive gibt, die nicht angegeben wurden.

Im nächsten Teil geht es um den aktiven fußballerischen Hintergrund. Wenn angegeben wird, dass man auch aktiv regelmäßig spiele, folgen noch einige Fragen, die ins Detail gehen, wie zum Beispiel, ob man im Verein spiele, in welcher Liga und wie oft man pro Woche aktiv sei und welche Motive man beim aktiven Fußballspielen verfolge.

Anschließend wird mit einigen Fragen ein Vergleich zwischen der realen und der digitalen Fußballbegeisterung gezogen. Es wird vor allem gefragt, womit man früher begonnen habe und welchen Stellenwert gewisse Situationen im Leben einnehmen. Darunter sind auch FIFA-Spielen, Fußballspielen bzw. -schauen zu finden, um zu sehen, welche Wichtigkeit die Aktivitäten haben.

Die beiden letzten Blöcke sind relativ kurz und beschäftigen sich damit, ob die Teilnehmerinnen und Teilnehmer allgemein sportlich sind, bzw. wenn ja, welche Sportarten sie noch ausüben. Ganz zum Schluss gibt es noch die Möglichkeit ein Feedback über den Fragebogen abzugeben.

## **4.5. Grundgesamtheit der Stichprobe**

Die Grundgesamtheit der Stichprobe waren Männer und Frauen, die zumindest gelegentlich FIFA spielen. Einzige Voraussetzung war, dass man das Spiel kennt und auch hin und wieder spielt. Alter, Geschlecht und andere Merkmale spielten keine Rolle. Als Herkunftsland war auch nicht zwingend Österreich vorgeschrieben, da sich die Spielerinnen und Spieler in Online-Communities schwer in Länder einteilen lassen. Aufgrund der verwendeten Sprache im Fragebogen war die Grundgesamtheit jedoch auf den deutschsprachigen Raum eingegrenzt.

Durch das Posten in unterschiedlichen FIFA-Online-Foren oder bei anderen Gruppen im Internet, das Versenden von E-Mails und vor allem die Verbreitung auf Facebook wurde versucht, möglichst viele Teilnehmerinnen und Teilnehmer für die Umfrage zu gewinnen.

So konnten letztendlich 213 Teilnehmerinnen und Teilnehmer motiviert werden, die den Fragebogen vollständig ausfüllten und deren Daten zur Auswertung benutzt werden konnten.

## **4.6 Durchführung der Datenerhebung**

Nach dem positiven Feedback der Pre-Tests hinsichtlich der Fragen, der Formulierungen und der Länge wurde der Test online gestellt und verbreitet.

Hauptsächlich wurde der Fragebogen via Facebook verbreitet. Er wurde sowohl auf meiner Seite als auch in unterschiedlichen Gruppen wie zum Beispiel „Schmelzbook“ geteilt. Glücklicherweise unterstützten mich auch sehr viele Personen, denen mein Thema und der Fragebogen gefielen, und verbreiteten den Link ihrerseits noch zusätzlich.

Der zweite Weg der Verbreitung geschah über persönliche Nachrichten. Der Fragebogen wurde an Personen aus meinem Bekanntenkreis geschickt, von denen ich wusste, dass sie das Spiel spielen, mit der Bitte, ihn auch an weitere Spielerinnen und Spieler weiterzuleiten. Auch wurde er per E-Mail an einen AHS-Sportlehrer versandt, welcher das Angebot machte, den Fragebogen an Schülerinnen und Schüler weiterzuleiten.

Ebenso wurde der Link zur Umfrage direkt an Personen aus der Zielgruppe übermittelt. Ich nahm Kontakt zu Administratoren von FIFA-Foren und FIFA-Community-Gruppen auf und bat diese, meinen Fragebogen mit den Mitgliedern zu teilen. So kamen noch einige Teilnehmer dazu.

## 4.7 Qualitätssicherung

### 4.7.1 Gütekriterien

Bortz und Döring (2002, S. 193) nennen drei Punkte, die den Wert eines guten Fragebogens ausmachen. Das sind Objektivität, Reliabilität und Validität. Sie sind die zentralen Merkmale und Gütekriterien für die Qualität eines Tests.

Von Objektivität spricht man, wenn die Ergebnisse unabhängig vom Tester sind. Das heißt, ein Test ist objektiv, wenn bei den gleichen Personen die gleichen Ergebnisse herauskommen, egal wer den Test durchführt. Der Begriff Objektivität lässt sich auch noch in drei Unterbegriffe unterteilen (Bortz & Döring, 2002, S. 194):

1. Durchführungsobjektivität,
2. Auswertungsobjektivität,
3. Interpretationsobjektivität.

Die Durchführungsobjektivität hängt vom Verhalten des Leiters der Untersuchungen ab. Die Testergebnisse sollten nicht von seinem Verhalten oder von Anweisungen beeinflusst werden.

Die Auswertungsobjektivität beschreibt, wie unabhängig die Auswertung der Ergebnisse von der auswertenden Person ist.

Bei Interpretationsobjektivität handelt es sich um die Unabhängigkeit der Deutungen der Ergebnisse. Bei gleichen Ergebnissen sollen gleiche Schlüsse gezogen werden, die nicht von individuellen Interpretationen abhängen.

Die Objektivität sollte bei diesem Online-Fragebogen gegeben sein. Alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer bekamen dieselben Anweisungen und Informationen. Da die Fragen von allen ausschließlich online beantwortet wurden, konnte auch niemand durch Anweisungen oder Verhalten des Testers beeinflusst werden. Außerdem gibt es kaum offene Fragen, die Raum für unterschiedliche Interpretationen lassen, sondern es dominieren fast ausschließlich geschlossene Fragen mit vorgegebenen Antwortmöglichkeiten.

Die Reliabilität gibt an, wie zuverlässig bzw. genau eine Messung ist. Bei völliger Reliabilität würde ein Test bei mehrfacher Wiederholung mit den gleichen Personen zu einem identen Ergebnis kommen. Zum Testen dieser Eigenschaft gibt es vier Methoden: Retest-

liabilität, Paralleltestreliabilität, Testhalbierungsreliabilität und interne Konsistenz (Bortz & Döring, 2002, S. 195 ff.).

Die Validität als drittes und letztes Gütekriterium gibt an, ob der Test auch das misst, was er angibt zu messen.

Um einen großen Grad an Reliabilität und Validität bei diesem Fragebogen zu erreichen, wurde er, wie bereits erwähnt, an bereits erprobte und verwendete Fragebögen angelehnt. So wurde das BMZI zum Untersuchen der Motive herangezogen. Außerdem wurde eine Reliabilitätsanalyse durchgeführt. Durch den Cronbach-Alpha-Koeffizienten wurde die interne Konsistenz der Subskalen des gesamten Itempools, also der des BMZI und auch der hinzugefügten, betrachtet. Zuletzt wurde auch durch einen Pre-Test und Feedback-Fragen darauf geachtet, die Gütekriterien zu erfüllen.

## **4.7.2 Faktorenanalyse und Bildung von Subskalen**

Das zentrale Thema dieser Arbeit sind die Motive beim Spielen von FIFA. Für den Fragebogen wurden mögliche Motive formuliert, die je nach Wichtigkeit von den Teilnehmerinnen und Teilnehmer, bewertet wurden. Diese Itemformulierungen wurden einer Faktorenanalyse unterzogen, um sie in Subskalen zusammenzufassen. Die Ergebnisse werden im Folgenden dargestellt.

### **Aufbau des Itemkatalogs**

Der Itemkatalog dieser Arbeit setzt sich aus 48 Items zusammen. Von diesen wurden 15 aus dem BMZI übernommen. Da die Kategorien des BMZI für die Motive im Sport nicht gänzlich passend für das Spielen von FIFA waren, wurden nur vier übernommen („Kontakt“, „Ablenkung/Katharsis“, „Aktivierung/Freude“, „Wettkampf/Leistung“). Subskalen wie „Fitness/Gesundheit“ und „Figur/Aussehen“ wurden als nicht sinnvoll eingestuft und auch die Formulierungen des BMZI von Conzelmann et al. (2012, S. 6) in der Kategorie „Ästhetik“ wurden gestrichen. Hier wurden eigene Aussagen formuliert, die an das Videospielen angepasst wurden.

### **Faktorenanalyse**

„Die Faktorenanalyse ist ein Verfahren, das eine größere Anzahl von Variablen anhand der gegebenen Fälle auf eine kleinere Anzahl unabhängiger Einflussgrößen, Faktoren genannt, zurückführt. Dabei werden dieje-

nigen Variablen, die untereinander stark korrelieren, zu einem Faktor zusammengefasst. Variablen aus verschiedenen Faktoren korrelieren gering untereinander. Ziel der Faktorenanalyse ist es also, solche Faktoren zu ermitteln, welche die beobachteten Zusammenhänge zwischen den gegebenen Variablen möglichst vollständig erklären.“ (Bühl, 2008, S. 509)

Ziel der Faktorenanalyse ist es demnach, die Items in Kategorien, sogenannte Subskalen, zusammenzufassen und zu ermitteln, welche Formulierungen in die jeweiligen Subskalen passen. Diese Analyse fand in zwei Phasen statt: Zuerst wurden nur die Items des BMZI überprüft, um zu sehen, wie diese mit dem FIFA-Spielen zusammenpassen, und dann wurden alle verwendeten Items überprüft, um die Subskalen, mit denen dann weitergearbeitet wurde, bilden zu können.

### **Analyse des BMZI**

Mit den 15 übernommenen Items wurde eine explorative Faktorenanalyse (Varimax Rotation) durchgeführt. Dies führte zu vier Komponenten. Die erste setzte sich aus den vier Elementen der Kategorie „Ablenkung/Katharsis“ zusammen, und aus zwei von den drei Items „Aktivierung/Freude“, „...um mich zu entspannen“ und „...um neue Energie zu tanken“. Das dritte Item wurde in die Kategorie „Wettkampf/Leistung“ zu den Formulierungen „...weil ich im Wettkampf aufblühe“ und „...wegen des Nervenkitzels“ gepackt. Somit wurde „Aktivierung/Freude“ vollständig aufgeteilt. Dennoch blieben vier Subskalen bestehen, denn es wurde vorgeschlagen, die Dimension „Kontakt“ aufzuteilen in „Kontakt beim Spielen“, also das gesellige Beisammensein mit anderen, und „Kontakt durch Sport“, also das Kennenlernen neuer Leute. Bei „Kontakt beim Spielen“ fand sich dann auch das Item „...um mich mit anderen/Freunden zu messen“, was ich als nachvollziehbar empfand, da man zum gegenseitigen Messen auch Freunde treffen und gemeinsam Zeit verbringen kann.

Da das Item „...vor allem aus Freunde am Computerspielen“ meiner Ansicht nach inhaltlich nicht in die Subdimension „Wettkampf/Leistung“ passte, führte ich eine zweite Faktorenanalyse ohne dieser Formulierung durch, also mit 14 Items. Diese Formulierung stammt auch ursprünglich nicht in dieser Form aus dem BMZI, sondern wurde angepasst.

Die Ergebnisse führten zur Entscheidung, folgende Kategorien zu interpretieren: „Erholung“ (Zusammenführung von „Ablenkung/Katharsis“ und „Aktivierung/Freude“), „Kon-

takt beim Spielen“, „Kontakt durchs Spielen“ und „Wettkampf/Leistung“. Für diese Subskalen wurde dann die interne Konsistenz betrachtet. In Tabelle 4 sieht man die berechneten Alphakoeffizienten.

**Tabelle 4:** Interne Konsistenz der 4 vorgeschlagenen Subskalen des BMZI (14 Items)

Subskala	Cronbachs Alpha
Erholung	0,794
Kontakt beim Spielen	0,815
Kontakt durchs Spielen	0,870
Wettkampf/Leistung	0,583

Das herausgenommene Item „...vor allem aus Freude am Computerspielen“ hätte bei „Wettkampf/Leistung“ zu einer Reduktion von 0,583 auf 0,498 geführt.

### **Analyse aller Items**

Mit der kompletten Itemliste (48 Items) wurde ebenfalls die explorative Faktorenanalyse (Varimax Rotation) durchgeführt. Es sollte herausgefunden werden, in welche Kategorien die Formulierungen eingeteilt werden können, und ob eventuell manche gestrichen werden müssen.

Da mein Itemkatalog zu einem sehr großen Teil aus eigenen Motivformulierungen bestand, weil ich ihn für das Videospiel FIFA adaptieren musste, war es notwendig, bei der Faktorenanalyse sehr viel zu probieren, bis endlich die passende Einteilung gefunden war. Die erste Berechnung mit allen 48 Items lieferte 11 Kategorien. Im ersten Schritt wurden diejenigen Objekte herausgenommen, welche eine sehr geringe Zugehörigkeitsladung zu einer Gruppe hatten oder nicht eindeutig einer Komponente zugeordnet werden konnten. Ebenso fanden sich selbstformulierte Aussagen wie „...weil es wenig Zeit beansprucht“, „...weil ich aktiv nicht gut Fußball spiele“ oder „...weil ich in die Rolle eines Trainers oder Managers schlüpfen kann“, die im Vergleich zu den anderen als nicht mehr angebracht empfunden wurden.

Als nächster Schritt wurden alle möglichen Kategorien genau betrachtet und auf ihre einzelnen Items hin kontrolliert. Wenn einzelne Items inhaltlich nicht mit den restlichen ver-

einbar waren, wurden sie ebenfalls noch herausgenommen. Jedes Mal wurde eine neue Berechnung gestartet, um zu sehen, wie sich das Ergebnis verhält und ob es Beeinflussungen gibt.

Letzten Endes blieben 36 Formulierungen übrig, die in den finalen Itempool aufgenommen wurden. Neben einigen eigenen mussten auch fünf Motive des BMZI herausgenommen werden. Diese waren „...um meine Gedanken im Kopf zu ordnen.“, „...um neue Energie zu tanken.“, „...vor allem aus Freude am Computerspielen.“, „...weil ich im Wettkampf aufblühe.“ und „...wegen des Nervenkitzels.“ Die übrig gebliebenen Formulierungen wurden in 10 Subdimensionen zusammengefasst, die im Folgenden dargestellt werden:

„Ich spiele FIFA...“

1. **Faktor Geselligkeit** (Cronbachs Alpha = 0,815)

- ...um mit anderen gesellig zusammen zu sein.
- ...um etwas in einer Gruppe zu unternehmen.
- ...um dabei Freunde und Bekannte zu treffen.
- ...um mich mit anderen/Freunden zu messen.

2. **Faktor Kennenlernen** (Cronbachs Alpha = 0,870)

- ...um dadurch neue Menschen kennenzulernen.
- ...um durch das Spiel neue Freunde zu gewinnen.

3. **Faktor Erholung** (Cronbachs Alpha = 0,823)

- ...um Ärger und Gereiztheit abzubauen.
- ...weil ich mich so von anderen Problemen ablenke.
- ...um Stress abzubauen.
- ...um abzuschalten.
- ...um meine Stimmung zu verbessern.
- ...um mich zu entspannen.

4. **Faktor Wettkampf/Leistung** (Cronbachs Alpha = 0,728)

- ...um besser zu werden.
- ...um in eine höhere Liga aufzusteigen oder Titel zu gewinnen.

- ...um im Karrieremodus oder bei Ultimate Team die beste Mannschaft zusammenzustellen.

5. **Faktor Ästhetik** (Cronbachs Alpha = 0,589)

- ...weil es mir Freude bereitet, die Schönheit der menschlichen Bewegung im Spiel zu erleben.
- ...weil mir das Spiel die Möglichkeit für schöne Bewegungen, Spielzüge oder Tore bietet.
- ...weil ich virtuell Bewegungen und Tore machen kann, die ich in echt nicht schaffe.

6. **Faktor Durchführbarkeit/Unabhängigkeit** (Cronbachs Alpha = 0,769)

- ...weil ich es alleine spielen kann.
- ...weil ich es bei jedem Wetter spielen kann.
- ...weil ich es spontan ausüben kann.
- ...weil ich es zu Hause spielen kann.
- ...weil ich es ohne großen Aufwand oder spezielle Vorbereitungen spielen kann.

7. **Faktor Bequemlichkeit** (Cronbachs Alpha = 0,828)

- ...weil ich dazu nicht raus muss.
- ...weil es nicht körperlich anstrengend ist.
- ...weil ich mich dabei nicht bewegen muss.

8. **Faktor Fußballbegeisterung** (Cronbachs Alpha = 0,752)

- ...weil ich mit meinen Idolen und Lieblingsteams spielen kann.
- ...weil ich aktiv auch gern Fußball spiele.
- ...weil mich die Sportart Fußball fasziniert.

9. **Faktor Fähigkeiten/Fertigkeiten** (Cronbachs Alpha = 0,862)

- ...um meine Konzentrationsfähigkeit zu schulen.
- ...um meine kognitiven Fähigkeiten zu stärken.

- ...um die Feinmotorik meiner Hände zu verbessern.

#### 10. Faktor Anerkennung/Selbstwert (Cronbachs Alpha = 0,840)

- ...um Komplimente von anderen zu bekommen.
- ...weil ich dadurch Anerkennung bekomme.
- ...um mein Selbstwertgefühl zu verbessern.
- ...um auf mich selbst stolz sein zu können.

Es wurde vorgeschlagen, den Faktor „Kontakt“ zu trennen, und zwar in die Faktoren „Kontakt beim Spiel“ und „Kontakt durchs Spiel“. Dies wurde gemacht, da es in Bezug auf das FIFA-Spielen als sinnvoll erschien. Für „Kontakt beim Spiel“ wurde die Bezeichnung „Geselligkeit“ gewählt, da diese als passender empfunden wurde. In diese Subdimension fallen neben den Items des BMZI zu „Kontakt im Sport“ wie „...um mit anderen gesellig zusammen zu sein“, „...um etwas in einer Gruppe zu unternehmen“ und „...um dabei Freunde/Bekannte zu treffen“ auch aus der Kategorie „Wettkampf/Leistung“ die Formulierung „...um mich mit anderen/Freunden zu messen.“ Dieser Fakt wurde inhaltlich als legitim erachtet, da das Messen mit Freunden auch das Treffen und Beisammensein implizieren kann. Für die beiden Items in „Kontakt durchs Spiel“ („...um dadurch neue Menschen kennen zu lernen“ und „...um durch das Spiel neue Freunde zu gewinnen“) wurde die Bezeichnung „Kennenlernen“ als Überbegriff gewählt.

Aus den beiden Faktoren „Ablenkung/Katharsis“ und „Aktivierung/Freude“ wurde aufgrund des Ergebnisses der Faktorenanalyse die Subdimension „Erholung“. Diese setzte sich aus drei Items aus der Kategorie „Ablenkung/Katharsis“, einem Item aus „Aktivierung/Freude“ und zwei selbstformulierten Items zusammen. Das Zusammenführen erschien inhaltlich als logischer Schritt und aufgrund der Werte der anderen Items erwies es sich als nicht sinnvoll, diese beiden Kategorien wieder zu trennen.

Für die Subdimension „Wettkampf/Leistung“ mussten eigene Formulierungen gewählt werden, die sich dem Videospiel anpassten. So kamen Items wie „...um besser zu werden“, „...um in eine höhere Liga aufzusteigen oder Titel zu gewinnen“ und „...um im Karrieremodus oder bei Ultimate Team die beste Mannschaft zusammenzustellen“ in diese Gruppe.

Auch beim Faktor „Ästhetik“ wurde versucht, die Formulierungen für das Spiel FIFA zurechtzuschneiden und extra abzustimmen. Deshalb wurden die Items so umgeformt, dass

sie in den Kontext des Videospiegels passen. So kamen die Aussagen „...weil es mir Freude bereitet, die Schönheit der menschlichen Bewegung im Spiel zu erleben“, „...weil mir das Spiel die Möglichkeit für schöne Bewegungen, Spielzüge oder Tore bietet“ und „...weil ich virtuell Bewegungen und Tore machen kann, die ich in echt nicht schaffe“ heraus und wurden wegen der passenden Zugehörigkeit laut Faktorenanalyse zusammengefasst.

Die restlichen Subdimensionen setzten sich aus eigenen Itemformulierungen zusammen. Bezeichnet wurden sie mit „Durchführbarkeit/Unabhängigkeit“, „Bequemlichkeit“, „Fußballbegeisterung“, „Fähigkeiten/Fertigkeiten“ und „Anerkennung/Selbstwert“. Die erste Kategorie bezieht sich auf die Spontanität und die Einfachheit des Spielens. Es muss nicht viel organisiert werden und kann relativ leicht und ohne große Vorbereitungen gestartet werden. Es bedarf keiner großen Anforderungen und keiner großen Spieleranzahl. Die Überschrift „Bequemlichkeit“ hätte auch durch den Titel „Faulheit“ ersetzt werden können. In dieser Kategorie sind Items zu finden, die eine gewisse Gemütlichkeit des FIFA Spielens als Pluspunkt sehen, wie zum Beispiel „...weil es nicht körperlich anstrengend ist“ oder „weil ich mich dabei nicht bewegen muss.“ Die Gruppe der Items im Sektor „Fußballbegeisterung“ bezieht sich auf die Fußballaffinität der FIFA-Zockerinnen und -Zocker. Die Items handeln von der Bewunderung gewisser Teams oder Spieler und auch von der aktiven Ausübung der Sportart oder der Begeisterung für diese. In der Subdimension „Fähigkeiten/Fertigkeiten“ finden sich die Formulierungen „...um meine Konzentrationsfähigkeit zu schulen“, „...um meine kognitiven Fähigkeiten zu stärken“ und „...um die Feinmotorik meiner Hände zu verbessern.“ Es wird also die Absicht behandelt, sich durch FIFA in gewissen Bereichen zu verbessern und Fähigkeiten zu trainieren. Die letzte „Kategorie“ ist die der Motive zur Steigerung der Anerkennung oder des Selbstwertgefühls und des FIFA-Spiels als Mittel zur Steigerung des Ansehens.

Die Faktorenanalyse brachte zufriedenstellende 10 Subdimensionen, die so auch zum Großteil vor der Bearbeitung erwartet wurden. Die Kategorien variieren etwas zu denen des BMZI; das liegt aber auch daran, dass ein großer Teil der Formulierungen des BMZI weggelassen oder angepasst werden mussten, da sie sich auf aktives Sporttreiben beziehen und für FIFA als nicht geeignet angesehen wurden.

### **4.7.3 Feedback der Teilnehmerinnen und Teilnehmer**

Die letzten Punkte des Fragebogens boten die Möglichkeit, ein Feedback bezüglich Länge und Verständnis abzugeben und ebenso noch einen offenen Kommentar zu hinterlassen. Die Rückmeldungen waren optional und nicht verpflichtend.

#### **Verständlichkeit des Fragebogens**

Mit Hilfe einer Skala von 1 (=gar nicht verständlich) bis 5 (=völlig verständlich) konnten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer angeben, ob es für sie einfach war, dem Fragebogen zu folgen. Es kam ein Mittelwert von 4,82 mit einer Standardabweichung von 0,431 heraus, was zeigt, dass die Verständlichkeit des Fragebogens hoch war. Der niedrigste angegebene Wert war 3, also die Mitte. Dieser Wert wurde von vier Personen angegeben. 29 Leute bewerteten die Verständlichkeit der Umfrage mit 4, und 175 von denen, die den Fragebogen beantwortet hatten, konstatierten, dass er völlig verständlich war.

#### **Länge des Fragebogens**

Auch hier gab es eine Einteilung von 1 bis 5, wobei 1 für „zu kurz“ und 5 für „zu lange“ stand. Das Ergebnis hier war ein Mittelwert von 3,14 (SD=0,571) und ein Median von 3,00, was zu der Interpretation führt, dass die Umfrage durchschnittlich weder zu lang noch zu kurz konzipiert war. Keiner der Befragten monierte, der Fragebogen sei zu kurz gewesen, wohingegen vier Personen kritisierten, er sei zu lange gewesen, und 38 den Wert 4 markierten.

Die durchschnittliche Bearbeitungszeit, die mit Hilfe des Online-Programms der Umfrage ermittelt werden konnte, betrug 9 Minuten und 46 Sekunden. Dies ist der Medianwert, da der Mittelwert aufgrund von Ausreißern nicht optimal ist. Der Mittelwert hätte 11 Minuten und 13 Sekunden betragen. Dass der Fragebogen für einige wohl zu viel Zeit in Anspruch nahm, sieht man an der relativ hohen Abbruchrate. Insgesamt starteten 368 Teilnehmerinnen und Teilnehmer die Umfrage. Nur 213 beantworteten alles vollständig, das heißt, 155 war sie zu lang erschienen, oder sie hatten sie aus einem anderen Grund abgebrochen.

#### **Offenes Feedback**

Bei dem offenen Feedback machten relativ wenige Teilnehmerinnen und Teilnehmer eine Angabe. Wenn, dann waren es großteils positive Rückmeldungen. 16 Personen teilten mir auf diesem Wege mit, dass die Umfrage für sie sehr interessant oder inhaltlich gut gewesen

sei. Das Thema schien auch einigen gefallen zu haben, da es „mal was anderes“ gewesen sei. Ein Teilnehmer bat im offenen Feedback explizit darum, Ergebnisse erfahren zu dürfen, und gab seine E-Mail-Adresse an.

Negatives Feedback hielt sich in Grenzen. Lediglich drei Personen beanstandeten, dass die Motivliste zu lang gewesen sei, oder einige Motive sehr ähnlich geklungen hätten. Ich wurde auch auf Rechtschreibfehler hingewiesen. Anscheinend wurden diese leider beim Erstellen und auch beim Pre-Test übersehen, sodass ich nicht mehr die Möglichkeit hatte, sie auszubessern. Manche gaben mir auch noch Tipps, ließen sich über die FIFA als Organisation aus oder thematisierten die Problematik, dass Videospiele nicht zu intensiv genutzt werden sollten. Für all diese Anliegen war das Feedback gedacht, auch wenn einige Rückmeldungen nicht weiter verwendet werden können.

Die abschließende Frage sollte ermitteln, wie die Teilnehmerinnen und Teilnehmer auf den Fragebogen aufmerksam geworden waren. Es wurde nur bestätigt, dass fast alle über soziale Netze, insbesondere Facebook, darauf aufmerksam geworden waren, egal ob sie die Umfrage selbst entdeckt hatten oder durch irgendeinen Freund oder eine Freundin zum Link gekommen waren. Die einzigen Ausnahmen waren einige Teilnehmer, die von ihrem Sportlehrer in meinem Namen gebeten worden waren, bei der Umfrage mitzumachen.

## **4.8 Datenauswertung**

Zum Auswerten der Daten wurde auf das Statistik Programm SPSS von IBM in der Version 23 zurückgegriffen. Dank des Programms „Limesurvey“, mit welchem die Erhebung durchgeführt wurde, konnten die Daten gleich von dort importiert und nach einigen Änderungen und Anpassungen sofort bearbeitet werden.

Gearbeitet wurde sowohl mit absoluten und relativen Häufigkeitstabellen als auch mit den jeweils passenden Signifikanztests, um die aufgestellten Hypothesen zu überprüfen.

# 5 Ergebnisse

## 5.1 Persönliche Daten

Im ersten Teil des Fragebogens sollten Informationen über die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erfasst werden. Um sich ein Bild machen zu können und später Unterschiede oder Zusammenhänge überprüfen zu können, wurden Daten wie Alter, Geschlecht, Ausbildung und Wohnort erhoben.

### 5.1.1 Geschlecht

Es nahmen 213 Personen an der Umfrage teil. 202 dieser Befragten waren Männer (94,8%) und 11 waren Frauen (5,2%).

**Tabelle 5:** Geschlechtsverteilung der Befragten (n=213)

	Häufigkeit	Prozent
weiblich	11	5,2
männlich	202	94,8
Gesamt	213	100,0

### 5.1.2 Alter

Das durchschnittliche Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer betrug ziemlich genau 23 Jahre (MW=23,28; SD=4,724; MD=23,00). Das jüngste angegebene Alter war 13 Jahre, und die älteste Person war 51 Jahre alt. Da der Altersbereich somit relativ groß ist, wurden Altersgruppen erstellt, deren Verteilung wie folgt aussieht:

**Tabelle 6:** Altersverteilung der Befragten (n=213)

Alter (...in Jahren)	Häufigkeit	Prozent
<=15	6	2,8
16-20	45	21,1
21-25	105	49,3

Alter (...in Jahren)	Häufigkeit	Prozent
26-30	44	20,7
31-35	11	5,2
>/=36	2	,9
Gesamt	213	100,0

Man kann erkennen, dass die Gruppe der 21- bis 25-Jährigen am größten ist und fast die Hälfte (49,3%) aller Teilnehmerinnen und Teilnehmer ausmacht. Ebenfalls umfangreich sind die Gruppen der 16- bis 20-Jährigen und der 26- bis 30-Jährigen, welche 21,1% bzw. 20,7% der Gesamtanzahl der Befragten ausmachen. Die kleinste Gruppe ist mit 0,9% (2 TN) die derjenigen, die 36 Jahre oder älter sind, wobei – wie bereits erwähnt – das höchste Alter 51 Jahre beträgt. 15 Jahre oder jünger waren nur 6 Personen (2,8%) und in die Altersgruppe zwischen 31 und 35 Jahren fielen 11 Leute (5,2%).

### 5.1.3 Ausbildung

Tabelle 6 zeigt, dass das Bildungsniveau der Teilnehmerinnen und Teilnehmer relativ hoch ist:

**Tabelle 7: Bildungsgrad der Befragten (n=213)**

Höchste abgeschlossene Ausbildung	Häufigkeit
Pflichtschule	9
Lehre	27
Berufsbildende Schule ohne Matura	10
Berufsbildende Schule mit Matura (HAK, HTL, HBLA,...)	39
Fachhochschule	15
Universität	31
noch SchülerIn	10
Allgemeinbildende höhere Schule	68

Höchste abgeschlossene Ausbildung	Häufigkeit
Sonstiges	4
Gesamt	213

Neun Personen gaben als höchste abgeschlossene Ausbildung „Pflichtschule“ an, 27 haben eine Lehre abgeschlossen, 10 haben einen Abschluss an einer berufsbildenden Schule ohne Matura erreicht und 10 Leute aus der Umfrage gaben an, noch Schülerin oder Schüler zu sein. 46 Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Umfrage haben einen Hochschulabschluss an einer Fachhochschule oder Universität erlangt, was prozentuell ausgedrückt ungefähr 21,6% sind. Der größte Teil der Befragten – nämlich 107 Personen (50,2%) ist im Besitz einer Matura von einer AHS oder BHS. Dazu kommen noch zwei Personen der Kategorie „Sonstiges“, welche angaben, Abitur zu haben, was mit Matura gleichzusetzen ist. Die restlichen beiden Umfrageteilnehmer/innen, die eine andere Ausbildung anführten als die vorgegebenen Kategorien, nannten „Berufsreifeprüfung“ bzw. „Fachwirt“ als höchste abgeschlossene Ausbildung.

### 5.1.4 Herkunftsländer

Die Umfrage beschränkte sich aufgrund der verwendeten Sprache auf deutschsprachige FIFA-Spielerinnen und -Spieler. Tabelle 7 zeigt die Aufteilung auf die Länder Deutschland, Österreich und Schweiz.

**Tabelle 8:** Wohnorte der Befragten (n=213)

Wohnort	Häufigkeit	Prozent
Deutschland	23	10,8
Österreich	187	87,8
Schweiz	2	,9
Sonstiges	1	,5
Gesamt	213	100,0

Die meisten Teilnehmerinnen und Teilnehmer stammen somit aus Österreich (87,8%; 187 TN)). 10,8% (23 TN) kommen aus Deutschland und nur 0,9% (2 TN) aus der Schweiz. Ein Teilnehmer wählte den Punkt „Sonstiges“ und gab als Herkunftsland USA an.

## 5.2 Art der Nutzung von FIFA

Neben den Motiven beim Spielen von FIFA wurde auch nach der Art und Weise der Nutzung gefragt. Hier wurde zum Beispiel darauf eingegangen, wie lange die Spielerinnen und Spieler dem Hobby bereits nachgehen, wie oft und wie lange sie spielen, wie sie davon erfahren haben oder ob sie auch zu anderen Videospielen greifen.

### 5.2.1 Spieljahre

Im Durchschnitt spielten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer meiner Umfrage FIFA bereits 10-11 Jahre (MW=11,00; SD=4,86; MD=10,00). Eine Person füllte „0 Jahre“ aus, was zeigt, dass es sich hier um einen Neuling in Sachen FIFA handelt, und zwei der Befragten gaben an, das Spiel bereits 21 Jahre lang zu spielen. Das bedeutet, dass diese beiden bereits seit den Anfängen des Videospieles dabei sind.

Um die Ergebnisse zu veranschaulichen, wurden die Spieljahre in Gruppen zusammengefasst, wonach sich folgende Verteilung ergab:

**Tabelle 9:** *Spieljahre der Befragten (n=213)*

Spieljahre	Häufigkeit	Prozent
4 oder weniger	17	8,0
5-10	93	43,7
11-16	68	31,9
17-21	35	16,4
Gesamt	213	100,0

### 5.2.2 Häufigkeit des Spielens

Die nächste Frage sollte einen Einblick verschaffen, wie oft in der Woche die Teilnehmerinnen und Teilnehmer spielen, und zeigen, ob es sich um regelmäßige Spielerinnen und Spieler handelt, oder ob das Videospiel nur gelegentlich genutzt wird.

**Tabelle 10:** *Häufigkeit der Ausführung der Befragten (n=213)*

Häufigkeit der Ausführung	Häufigkeit	Prozent	Kumulierte Prozente
5-mal pro Woche oder öfter	31	14,6	14,6
3- bis 4-mal pro Woche	67	31,5	46,0
1- bis 2- mal pro Woche	61	28,6	74,6

Häufigkeit der Ausführung	Häufigkeit	Prozent	Kumulierte Prozente
Weniger als einmal pro Woche	54	25,4	100,0
Gesamt	213	100,0	

Es zeigt sich, dass fast drei Viertel der Befragten (74,6%; 165 TN) regelmäßig, das heißt mindestens 1- bis 2-mal die Woche, FIFA spielen. 54 Teilnehmerinnen und Teilnehmer (25,4%) tun dies weniger als einmal pro Woche. Öfter als 5-mal die Woche beschäftigen sich damit immerhin 31 Personen, das sind 14,6% aller 213 Befragten. 28,6% (61 TN) nutzen FIFA 1- bis 2-mal wöchentlich und 31,5% (67 TN) 3- bis 4-mal.

Bei der Frage danach, wie lange das Spiel am Stück gespielt wird, wenn es gestartet wird, kam ein Mittelwert von 2,13 Stunden mit einer Standardabweichung von 0,902 heraus. Die längste angegebene Spieldauer betrug sechs Stunden.

### 5.2.3 Besitz des Spiels

Es wurde auch danach gefragt, ob sich die Befragten das Spiel auch selbst zugelegt haben.

**Tabelle 11:** Spielbesitz der Befragten (n=213)

		Besitz du das Spiel selbst?		Gesamt
		Ja	Nein	
weiblich	Anzahl	4	7	11
	% innerhalb des Geschlechts	36,4%	63,6%	100,0%
männlich	Anzahl	179	23	202
	% innerhalb des Geschlechts	88,6%	11,4%	100,0%
Gesamt	Anzahl	183	30	213
	%	85,9%	14,1%	100,0%

Von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern besitzen 183 das Spiel selbst, und nur 30 haben es nicht selbst zu Hause. Ein Vergleich hinsichtlich des Geschlechts zeigt, dass die

männlichen Teilnehmer der Umfrage sehr häufig angegeben haben, das Spiel (Ja: 179 = 88,6%; Nein: 23 = 11,4%) zu besitzen, während die Teilnehmerinnen tendenziell eher nicht selbst im Besitz des Spiels sind. Von den 11 weiblichen Befragten antworteten nämlich nur 4 mit „Ja“, hingegen 7 mit „Nein“.

Diejenigen, die Eigentümer eines Spieles sind, wurden noch zusätzlich gefragt, ob sie sich immer die neueste Version des Spieles kaufen würden. Hier antworteten 66,1% (121 TN) mit „Ja“ und 33,9% (62 TN) mit „Nein“. Von den männlichen Umfrageteilnehmern führten 119 (66,5%) an, dass sie immer die aktuelle Version erwerben würden. Auf der anderen Seite finden sich 60 (33,5%), die das nicht tun. Bei den Teilnehmerinnen ist das Verhältnis mit 2 zu 2 ausgeglichen.

## 5.2.4 Art des Spielens

Um zu sehen, ob die Teilnehmerinnen und Teilnehmer eher den sozialen Faktor genießen oder vorwiegend alleine spielen, wurde danach gefragt, wie ihr Spielverhalten diesbezüglich aussieht.

**Tabelle 12:** Art der Nutzung der Befragten (n=213)

		Ich spiele FIFA hauptsächlich...		Gesamt
		...alleine	...mit Freunden	
weiblich	Anzahl	0	11	11
	% innerhalb des Geschlechts	0,0%	100,0%	100,0%
männlich	Anzahl	90	112	202
	% innerhalb des Geschlechts	44,6%	55,4%	100,0%
Gesamt	Anzahl	90	123	213
	%	42,3%	57,7%	100,0%

57,7% zelebrieren das Spiel gemeinsam mit Freunden. Das sind in Zahlen 123 von 213 Befragten. 90 Teilnehmerinnen und Teilnehmer konsumieren es eher alleine (42,3%). Auffallend ist, dass alle 11 weiblichen Befragten angegeben haben, FIFA hauptsächlich mit Freunden zu spielen. Bei den männlichen Befragten sind es 55,4% (112 Probanden), die

die Spielfreude häufiger gemeinsam mit Freunden teilen, und 44,6% (90 Probanden), welche dem Hobby alleine nachgehen.

## 5.2.5 Spielfähigkeiten

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind zu einem großen Teil erfahrene, gute Spielerinnen und Spieler. Das Niveau der selbsteingeschätzten Fähigkeiten war relativ hoch.

**Tabelle 13:** *Fähigkeitsniveau der Befragten (n=213)*

Fähigkeitsniveau	Häufigkeit	Prozent
Anfänger	8	3,8
grundlegende Fähigkeiten	31	14,6
fortgeschrittene Fähigkeiten	116	54,5
Experte	58	27,2
Gesamt	213	100,0

Insgesamt 81,7% Prozent sahen ihr FIFA-Können als gut oder sehr gut an. 116 der 213 Befragten (54,5%) meinten, fortgeschrittene Fähigkeiten zu besitzen, und 58 (27,2%) beschrieben sich selbst sogar als Experte in der beliebtesten Fußballsimulation. Nur 8 Personen (3,8%) sahen sich als Anfänger und 31 Beteiligte (14,6%) billigten sich immerhin grundlegende Fähigkeiten zu.

## 5.2.6 Erstkontakt

Bei der Frage, wie die Teilnehmerinnen und Teilnehmer auf das Spiel aufmerksam geworden seien, gab es die Möglichkeit, mehrere Antworten zu geben. Außerdem konnte man unter dem Punkt „Sonstiges“ noch andere Antworten formulieren.

**Tabelle 14:** *Erstkontakt der Befragten (n=714)*

Wie bist du auf FIFA aufmerksam geworden?	Häufigkeiten	Prozent
Freunde/Bekannte	164	22,97
Familie	177	24,79
Schule/Universität	189	26,47
Werbung	174	24,37

Wie bist du auf FIFA aufmerksam geworden?	Häufigkeiten	Prozent
Sonstiges	10	1,4
Gesamt	714	100

Man sieht, dass die Verteilung der Faktoren, durch welche die Spielerinnen und Spieler aufmerksam auf das Spiel geworden sind, ziemlich ausgeglichen ist. 164 Befragte (22,97%) haben von Freunden oder Bekannten davon erfahren, 177 (24,79%) sind durch Verwandte auf FIFA gestoßen, 189 (26,47%) über Kontakte in Bildungseinrichtungen wie Schule oder Universität, und 174 Teilnehmerinnen und Teilnehmer wurden durch Werbung davon überzeugt. 10 Leute gaben andere Gründe für ihren Erstkontakt an:

- TN 40: „damals keine Konkurrenz“
- TN 67: „Interesse am Fußball“
- TN 102: „Eigeninteresse“
- TN 104: „zu lange her, keine Ahnung mehr“
- TN 140: „vorher Pro Evolution Soccer“
- TN 156: „kA 20 Jahre her“
- TN 166: „War das erste spiel [sic!] welches bei meiner ersten konsole [sic!] dabei war“
- TN 174: „jeder kennt fifa“
- TN 184: „Als Fußballfan ein muss [sic!]“
- TN 193: „2004 ps2 mit fifa geschenkt bekommen“

### 5.2.7 Ausübung anderer digitaler Spiele

Hier wurde gefragt, ob die teilnehmenden Personen neben FIFA auch andere Videospiele nutzen würden. Man konnte zwischen drei Antwortmöglichkeiten wählen und so die Frage mit „Ja“, „Nur selten“ oder „Nein“ beantworten.

**Tabelle 15:** *Ausübung anderer Spiele (n=213)*

<b>Spielst du auch andere Computerspiele?</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>Prozent</b>
Ja	101	47,4
Nur selten	98	46,0
Nein	14	6,6
<b>Gesamt</b>	<b>213</b>	<b>100,0</b>

Nur 6,6% aller Befragten (14 TN) gaben an, keine anderen digitalen Spiele zu nutzen. 101 Teilnehmerinnen und Teilnehmer (47,4%) greifen neben FIFA generell auch zu anderen Video- oder Computerspielen, während 98 (46,0%) dies nur selten tun.

Diejenigen, die obige Frage bejahten (101 TN), wurden noch gebeten, in offener Form anzugeben, welche anderen Spiele sie denn sonst noch nutzten. Nur 22 dieser 101 Teilnehmerinnen und Teilnehmer (21,8%) nannten hier weitere Sportspiele, wie American Football, Basketball oder Eishockey. Die meisten Erwähnungen fielen auf Action-spiele, Abenteuer-, Rollen- und Rennspiele.

### 5.3 Fußball-Hintergrund

Mit den Fragen in diesem Kapitel sollte herausgefunden werden, ob FIFA-Spielerinnen und –Spieler der Sportart Fußball auch aktiv nachgehen.

**Tabelle 16:** *Aktives Fußballspielen der Befragten (n=213)*

		<b>Spielst du auch regelmäßig aktiv Fußball?</b>		<b>Gesamt</b>
		<i>Ja</i>	<i>Nein</i>	
Weiblich	Anzahl	2	9	11
	% innerhalb des Geschlechts	18,2%	81,8%	100,0%
Männlich	Anzahl	139	63	202
	% innerhalb des Geschlechts	68,8%	31,2%	100,0%
Gesamt	Anzahl	141	72	213
	%	66,2%	33,8%	100,0%

Von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern dieser Umfrage gaben 66,2% (141 TN) an, auch aktiv zu spielen, hingegen bekannten 33,8% (72 TN), nicht selbst aktiv auf dem Rasen zu stehen. Betrachtet man hier die geschlechtsspezifischen Verhältnisse, so gaben von den Männern 68,8% (139 TN) an zu kicken, während 31,2% (63 TN) hier mit „Nein“ ant-

worteten. Bei den Frauen treten 9 (81,8%) nicht selbst das runde Leder, während lediglich 2 (18,2%) reale Fußballerinnen sind.

### 5.3.1 Häufigkeit der aktiven Ausübung

Die Befragten konnten angeben, ob sie weniger als einmal, 1- bis 2-mal, 3- bis 4- mal, bzw. 5-mal oder öfter pro Woche fußballerisch aktiv sind. Es zeigt sich, dass Teilnehmerinnen und Teilnehmer, die aktiv Fußball spielen, diese Sportart durchaus regelmäßig betreiben.

**Tabelle 17:** Häufigkeit des aktiven Fußballspiels der Befragten (n=141)

Wie oft pro Woche spielst du aktiv Fußball?	Häufigkeit	Prozente
5-mal pro Woche oder öfter	15	10,6
3- bis 4-mal pro Woche	54	38,3
1- bis 2-mal pro Woche	46	32,6
Weniger als einmal pro Woche	26	18,4
Gesamt	141	100,0

Die Extreme lagen, mit 18,4% (26 TN) bei denjenigen, die weniger als einmal pro Woche, und mit 10,6% (15 TN), bei denen, die 5-mal oder sogar noch öfter wöchentlich am Fußballplatz sind, bei insgesamt unter 30%. Die größte Gruppe, nämlich 38,3% (54 TN), ist 3- bis 4-mal in der Woche aktiv, und 32,6% (46 TN) kicken immerhin ein- oder zweimal.

### 5.3.2 Spielen in einem Verein

Unter den aktiven Fußballerinnen und Fußballern sollte herausgefunden werden, wer auch in einem Verein spielt und wer nicht.

**Tabelle 18:** Vereinsmitgliedschaft der aktiven Fußballerinnen und Fußballer (n=141)

Spielst du in einem Verein?	Häufigkeit	Prozente
Ja	87	61,7
Nein	54	38,3

Spielst du in einem Verein?	Häufigkeit	Prozente
Gesamt	141	100,0

Von den 141 Personen, die regelmäßig spielen, ist ein großer Anteil, nämlich 87 (61,7%), in einem Verein. 54 Personen aus dieser Gruppe (38,3%) sind es nicht.

Nicht nur das Können der Teilnehmerinnen und Teilnehmer bei FIFA wurde im Fragebogen abgefragt, sondern auch die Leistungsstufe, in der sie in ihren Vereinen tätig sind.

**Tabelle 19:** Liga/Leistungsstufe der Vereinsspielerinnen und Vereinsspieler (n=87)

In welcher Liga/Leistungsstufe spielst du?	Häufigkeit	Prozente
Profiliga/Regionalliga	9	10,3
Landesliga/Oberliga	26	29,9
Unterklassige Liga/Hobbyliga	52	59,8
Gesamt	87	100,0

Hier sieht man, dass 59,8% (52 TN) unterklassig oder in Hobbyligen spielen, 29,9% (26 TN) in Landes- oder Oberligen und 10,3% (9 TN) Profis sind oder bei Regionalliga-Klubs engagiert sind.

### 5.3.3 Früher FIFA oder Fußball?

Die Frage, welche Tätigkeit der anderen vorangegangen ist, also ob man zuerst mit dem aktiven Fußballspielen oder mit der virtuellen Variante in Form von FIFA begonnen hat, führte zu einem eindeutigen Ergebnis.

**Tabelle 20:** Womit die Befragten früher begonnen haben (n=141)

Womit hast du früher begonnen?	Häufigkeit	Prozente
Fußball spielen	137	97,2
FIFA spielen	4	2,8
Gesamt	141	100,0

97,2% (137 TN) der aktiven 141 Personen haben schon Fußball gespielt, bevor sie mit dem Videospiel FIFA in Kontakt getreten sind. Nur 2,8% (4 TN) sind erst, nachdem sie bereits digital gespielt haben, auch aktive Spielerinnen oder Spieler geworden.

### 5.3.4 Motive beim Fußball

In diesem Kapitel sollten die Motive von FIFA-Spielerinnen und –Spielern beim aktiven Fußballspielen untersucht werden. Um den Fragebogen nicht zu umfangreich werden zu lassen, wurden bereits veröffentlichte Arbeiten zur Hilfe genommen. In Anlehnung an Rockenschaub (2015) wurden nur die in seinen Ergebnissen als relevant empfundenen Motive ausgewählt. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sollten den Satz „Ich spiele Fußball...“ vervollständigen, wobei sie je nach Zutreffen mit 1 (=trifft gar nicht zu) bis 5 (=trifft völlig zu) unterschiedliche Aussagen bewerten sollten. Die nachfolgende Tabelle zeigt die Mittelwerte und Standardabweichungen der Aussagen. Die Items sind nach den jeweiligen Mittelwerten in absteigender Reihenfolge geordnet.

**Tabelle 21:** Motive beim Fußball (gereiht nach MW, n=141)

Rang	Item	MW	SD
1	...weil ich die Sportart attraktiv finde.	4,60	0,926
2	...weil mir die Bewegung Freude macht.	4,43	0,920
3	...um dabei meine Freunde zu treffen.	4,16	1,051
4	...um fit zu sein.	4,13	1,043
5	...um mich zu verbessern.	4,01	1,086
6	...wegen der Herausforderung und des Wettkampfs.	3,95	1,203
7	...um Stress und Gereiztheit abzubauen.	3,55	1,210
8	...um neue Menschen kennenzulernen.	2,91	1,236
9	...um Selbstbestätigung zu erfahren und mich zu präsentieren.	2,66	1,314
10	...wegen meiner Figur.	2,60	1,259
11	...weil mich ein bestimmter Sportler beeindruckt und ich so spielen können möchte wie mein Vorbild.	2,48	1,366

Den größten Zuspruch erhielt das Item „...weil ich die Sportart attraktiv finde“ mit einem Mittelwert von 4,60 (SD=0,926). Auch die Aussagen „...weil mir die Bewegung Freude macht“ (MW=4,43; SD=0,920), „um dabei Freunde zu treffen“ (MW=4,16; SD=1,051), „...um fit zu sein“ (MW=4,13; SD=1,043) und „...um mich zu verbessern“ (MW=4,01; SD=1,086) wurden mit Mittelwerten über 4,00 als sehr zutreffend angesehen. Die Items „...wegen der Herausforderung und des Wettkampfs“ (MW=3,95; SD=1,203) und „...um Stress und Gereiztheit abzubauen“ (MW=3,55; SD=1,210) wurden im Durchschnitt auch als eher passend eingestuft. Etwas unter der Mitte finden sich die Mittelwerte der Formulierungen „...um neue Menschen kennenzulernen“, „...um Selbstbestätigung zu erfahren und mich zu präsentieren“ und „...wegen meiner Figur“ mit Werten von 2,91 (SD=1,236), 2,66 (SD=1,314) bzw. 2,60 (SD=1,259). Am wenigstens zutreffend war unter den Teilnehmerinnen und Teilnehmern die Aussage „...weil mich ein bestimmter Sportler beeindruckt und ich so spielen können möchte wie mein Vorbild“ mit einem Mittelwert von 2,48 und einer Standardabweichung von 1,366.

### 5.3.5 Stellenwert

Bei der Frage nach dem Stellenwert von FIFA, Computerspielen, oder Aktivitäten, die mit Fußball zu tun haben, sollte auf einer Skala von 1 (=nicht wichtig) bis 10 (=außerordentlich wichtig) angegeben werden, wie sehr die Dinge für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer Relevanz haben.

**Tabelle 22:** Wichtigkeit von Aktivitäten (n=213)

Aktivitäten	n	MW	SD
Freunde/Bekannte	213	9,13	1,193
Familie/Verwandtschaft	213	9,12	1,447
Beruf/Schule/Studium	213	8,10	1,703
Fußball schauen	213	7,63	2,223
Andere Sportarten	213	6,96	2,232
Fußball spielen	213	6,73	2,865
FIFA	213	5,23	2,515

Aktivitäten	n	MW	SD
Computerspiele	213	4,50	2,525

Die Tabelle zeigt, dass sowohl Fußballschauen als auch Spielen mit Mittelwerten von 7,63 und 6,73 grundsätzlich höher eingestuft wurden als FIFA mit 5,23. Am wenigsten wichtig waren den Befragten andere Computerspiele (MW=4,50). Den höchsten Stellenwert hatten „Freunde/Bekannte“ mit 9,13 und „Familie/Verwandtschaft“ mit 9,12, gefolgt von Beruf und Ausbildung mit 8,10. Andere Sportarten reihen sich zwischen dem Schauen und Spielen von Fußball ein mit einem Mittelwert von 6,96.

## 5.4 Motive beim FIFA

Der Kernpunkt dieser Arbeit war es, die Motive von FIFA-Spielerinnen und –Spielern beim Nachgehen dieser Tätigkeit herauszufinden. Es gab einen Itemkatalog, bestehend aus 48 Aussagen. Auch hier sollten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer auf einer Skala von 1 (=trifft gar nicht zu) bis 5 (=trifft völlig zu) Zutreffendes ankreuzen. Unten werden die Mittelwerte und Standardabweichung aller Items angegeben. Sie sind nach den Mittelwerten, beginnend mit dem größten, geordnet.

**Tabelle 23:** Motive beim FIFA (gereiht nach MW, n=213)

Rang	Item	MW	SD
1	...weil mich die Sportart Fußball fasziniert.	4,25	1,189
2	...um mich mit anderen/Freunden zu messen.	3,86	1,188
3	...weil ich auch aktiv gerne Fußball spiele.	3,82	1,377
4	...weil ich es spontan ausüben kann.	3,59	1,128
5	...weil ich es ohne großen Aufwand oder spezielle Vorbereitungen spielen kann.	3,52	1,269
6	...um mit anderen gesellig zusammen zu sein.	3,43	1,332
7	...weil ich es bei jedem Wetter spielen kann.	3,37	1,352
8	...um abzuschalten.	3,34	1,331

Rang	Item	MW	SD
9	...weil mir das Spiel die Möglichkeit für schöne Bewegungen, Spielzüge oder Tore bietet.	3,33	1,330
10	...weil ich mit meinen Idolen und Lieblingsteams spielen kann.	3,29	1,380
11	...um besser zu werden.	3,29	1,324
12	...um in eine höhere Liga aufzusteigen oder Titel zu gewinnen.	3,23	1,545
13	...vor allem aus Freude an Computerspielen.	3,19	1,326
14	...um mich zu entspannen.	3,14	1,247
15	...weil ich es zu Hause spielen kann.	3,08	1,340
16	...wegen des Nervenkitzels.	3,07	1,291
17	...um im Karrieremodus oder bei Ultimate Team die beste Mannschaft zusammenzustellen.	3,05	1,576
18	...um während der Ausübung Glücksgefühle zu verspüren.]	3,04	1,226
19	...um dabei Freunde/Bekannte zu treffen.	3,03	1,358
20	...weil ich im Wettkampf aufblühe.]	2,96	1,347
21	...weil ich in die Rolle eines Trainers oder Managers schlüpfen kann.	2,91	1,426
22	...um meine Stimmung zu verbessern.	2,90	1,243
23	...weil es so realistisch ist.	2,79	1,160
24	...weil ich es alleine spielen kann.	2,75	1,398
25	...um etwas in einer Gruppe zu unternehmen.	2,72	1,348
26	...um Stress abzubauen.	2,69	1,294
27	...weil ich mich so von anderen Problemen ablenke.	2,58	1,342
28	...weil es wenig Zeit beansprucht.	2,30	1,218

Rang	Item	MW	SD
29	...weil ich virtuell Bewegungen und Tore machen kann, die ich in echt nicht schaffe.	2,19	1,305
30	...um meine kognitiven Fähigkeiten zu stärken.	2,16	1,163
31	...um mich taktisch für das aktive Spielen zu verbessern.	2,14	1,250
32	...um Ärger und Gereiztheit abzubauen.	2,10	1,308
33	...um Ideen für Tricks oder Spielzüge zu sammeln, die ich aktiv am Platz umsetzen kann.	2,06	1,248
34	...um auf mich selbst stolz sein zu können.	2,04	1,189
35	...um neue Energie zu tanken.	2,03	1,057
36	...um meine Gedanken im Kopf zu ordnen.	2,00	1,075
37	...weil es mir Freude bereitet, die Schönheit der menschlichen Bewegung im Spiel zu erleben.	1,99	1,107
38	...um meine Konzentrationsfähigkeit zu schulen.	1,96	1,115
39	...weil es nicht körperlich anstrengend ist.	1,89	1,144
40	...weil ich dadurch Anerkennung bekommen.	1,84	1,071
41	...um die Feinmotorik meiner Hände zu verbessern.	1,78	1,113
42	...um mein Selbstwertgefühl zu verbessern.	1,78	1,034
43	...um Komplimente von anderen zu bekommen.	1,77	1,023
44	...weil ich dazu nicht raus muss.	1,70	1,020
45	...weil ich aktiv nicht gut Fußball spiele.	1,62	1,086
46	...weil ich mich dabei nicht bewegen muss.	1,60	1,008
47	...um dadurch neue Menschen kennen zu lernen.	1,57	1,055
48	...um durch das Spiel neue Freunde zu gewinnen.	1,56	1,006

Als das zutreffendste Item unter allen stellt sich die Formulierung „.....weil mich die Sportart Fußball fasziniert“ mit einem Mittelwert 4,25 und einer Standardabweichung von 1,189 heraus. Ebenfalls unter den Top 3 findet sich ein zweites Item aus der Subskala „Fußballbegeisterung“, denn an dritter Stelle liegt „...weil ich auch aktiv gerne Fußball spiele“ mit einem Mittelwert von 3,82 und einer Standardabweichung von 1,377. An zweiter und sechster Stelle rangieren mit den Items „...um mich mit anderen/ Freunden zu messen“ (MW=3,86; SD=1,188) und „...um mit anderen gesellig zusammen zu sein“ (MW=3,43; SD=1,332) welche, die eine soziale Komponente beinhalten. Items, die auf die Spontanität von FIFA hinweisen, finden sich auch an der Spitze der Wertung. So ist „...weil ich es spontan ausüben kann“ (MW=3,59; SD=1,128) an vierter Stelle platziert, gefolgt von „...weil ich es ohne großen Aufwand oder spezielle Vorbereitungen spielen kann“ (MW=3,52; SD=1,269) an fünfter Stelle.

Wenige gaben an, durch das FIFA-Spielen bestimmte Fähigkeiten trainieren zu wollen oder sich dadurch für das echte Fußballspielen etwas anzueignen. Items wie „...um mich taktisch für das aktive Spielen zu verbessern“, „...um Ideen für Tricks oder Spielzüge zu sammeln, die ich aktiv am Platz umsetzen kann“, „...um meine Konzentrationsfähigkeit zu schulen“ und „...um die Feinmotorik meiner Hände zu verbessern“ finden sich mit Mittelwerten um die 2,00 im unteren Bereich der Tabelle.

Die niedrigsten Werte erzielten die beiden Formulierungen, die der Subdimension „Kennenlernen“ zugeordnet wurden. So findet man bei „...um dadurch neue Menschen kennen zu lernen“ einen Mittelwert von nur 1,57 mit einer Standardabweichung von 1,055 und bei „...um durch das Spiel neue Freunde zu gewinnen“ an letzter Stelle einen Mittelwert von 1,56 bei einer Standardabweichung von 1,006.

Ebenfalls am unteren Ende des Rankings befinden sich Motive, denen eine gewisse Bequemlichkeit oder Faulheit vorangeht. Auch um etwaige Schwächen beim realen Kicken zu kompensieren und vergessen zu machen oder um Ansehen oder Selbstwert zu steigern, wird laut den Ergebnissen der Mittelwerte nicht gespielt.

### **5.4.1 Mittelwerte der Subskalen**

In der unten angeführten Tabelle werden nun die Mittelwerte der durch die Faktorenanalyse entstandenen 10 Subskalen, geordnet nach deren Wichtigkeit für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer, dargestellt.

**Tabelle 24:** Mittelwerte der Subskalen der Motive beim FIFA (gereiht nach MW, n=213)

Rang	Subskala	Mittelwert	Standardabweichung
1	Fußballbegeisterung	3,7856	1,07791
2	Geselligkeit	3,2606	1,04873
3	Durchführbarkeit/Unabhängigkeit	3,2601	,93796
4	Wettkampf/Leistung	3,1909	1,19576
5	Erholung	2,7919	,94335
6	Ästhetik	2,5039	,92689
7	Fähigkeiten/Fertigkeiten	1,9671	1,00077
8	Anerkennung/Selbstwert	1,8556	,88854
9	Bequemlichkeit	1,7293	,91358
10	Kennenlernen	1,5681	,96949

Man sieht, dass die Vorliebe für die Sportart Fußball selbst für die meisten der entscheidendste Faktor ist, um FIFA zu spielen. Wie man auch bereits bei den einzelnen Items erkennen konnte, sind die Faktoren „Geselligkeit“, „Durchführbarkeit/Unabhängigkeit“ auch unter den ersten drei anzutreffen. Die Formulierungen der Subdimension „Wettkampf/Leistung“ haben insgesamt auch noch einen Mittelwert über 3,00 zu verzeichnen, das heißt, sie treffen für die meisten eher zu.

Die Faktoren „Erholung“ und „Ästhetik“ weisen Mittelwerte von 2,7919 bzw. 2,5039 auf. Sie werden also relativ neutral betrachtet, mit der Tendenz, für die Befragten eher weniger zu gelten.

Mit Mittelwerten von unter 2 stellen sich Motivformulierungen der Subskalen „Fähigkeiten/Fertigkeiten“, „Anerkennung/Selbstwert“, „Bequemlichkeit“ und „Kennenlernen“ als wenig zutreffend und deshalb nicht als ein präsender Grund, um FIFA zu spielen, heraus.

## 5.4.2 Selbstformulierte Motive

Nach dem Durcharbeiten des Itemkatalogs mit den von mir ausgewählten Formulierungen wurden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer noch gefragt, ob es für sie auch andere Motive gebe, die bis jetzt noch nicht genannt worden seien. 26 der 213 Befragten beantworteten dies mit „Ja“.

Im Folgenden werden die offenen Antworten dieser 26 angeführt:

TN 3: „Weil es Spaß macht und man dabei gleichzeitig auf der Couch regenerieren kann.“

TN 4: „Weil ich die Liebe zum Fußball mit meinen [sic!] kleinen Bruder teilen kann unter anderem durch Fifa spielen.“

TN 11: „zum Spaß“

TN 15: „Weil es mir Spaß macht“

TN 17: „...weil es das beste offline-Multiplayer-Spiel ist.“

TN 53: „Weil es tierisch Laune macht sein Ultimate Team zu verbessern, Handel zu betreiben, sich neue Teamkonzepte auszudenken. Und ich möchte betonen, dass der Wettbewerbscharakter gegen andere Spieler mir enorm wichtig ist. In jedem Spiel.“

TN 58: „Ich Spiele [sic!] einfach nur gerne mit Freunden Fifa, ohne groß motive [sic!] dafür zu haben“

TN 61: „Die Ästhetik des Sports. Taktische Varianten ausprobieren. Guten, direkten, schnellen Fußball spielen, der mehr von meinem eigenen Können und Fußballverständnis [sic!] abhängt, als von den Werten der einzelnen Spieler.“

TN 72: „Managermodus ist ein perfektes `nebenbei` Spiel.“

TN 73: „Weil es Spaß macht!“

TN 75: „Spiele[,] die in der Realität nie möglich sind zu spielen Prognosen für reale Spiele vorher aufstellen“

TN 83: „Um meine Gegner (Freunde) zu demütigen ;-D“

TN 84: „Spaß und Freude am Spielen“

TN 88: „Spaß, Langeweile“

TN 89: „... aus Spaß am Spiel“

TN 98: „Um Online Pro Clubs 11 gegen 11 zu spielen.“

TN 100: „um Wartezeiten zu überbrücken.“

TN 109: „# um mannschaftstaktische vorstellungen [sic!] gegen andere systeme [sic!] zu testen.# um die liga konkurrenten [sic!] und kader [sic!] besser kennenzulernen# mit einem individueller gestalteten modus [sic!] für standardsituationen [sic!] lise [sic!] sich auch da noch mehr machen.“

TN 119: „Weil es einfach Spaß macht[,] Computerspiele zu spielen aber allem voran wenn man es mit Freunden spielt.“

TN 134: „Hauptsächlich spiele ich, weil unser mehrmals im Jahr stattfindendes Fifaturnier bereits zur Routine geworden ist. Du kannst dich gerne unter <https://www.facebook.com/groups/158779507560829/> darüber informieren (inkl. Spielberichte) Leider lässt es sich zeitlich nicht mehr einrichten öfters zu spielen. Daher spiele ich auch nicht mehr alleine, sondern eben nur mit Freunden ein paar mal [sic!] im Jahr.“

TN 149: „Weil es spaß [sic!] macht sich mit anderen zu messen :D“

TN 161: „hauptsächlich spielen wir am sonntag abend [sic!] bei mir zuhause.. sind immer 4-8 leute [sic!] und dann wird gezockt,gechlt [sic!] oder Zeit totgeschlagen.“

TN 168: „Beste Möglichkeit um unter Freunden Konkurrenzsituationen [sic!] auszutragen“

TN 181: „Weil es Spaß macht“

TN 193: „Zeitvertreib...ist teilweise nicht entspannend freude [sic!] bei sieg ligaaufstieg [sic!] aber großen ärger [sic!] über nicht ausführung [sic!] des dir gedachten pass/schuss [sic!] Verteidigung etc.Wen [sic!] es nicht läuft große Ärgernis“

TN 209: „Zeitvertreiben“

### **5.4.3 Unterschiede hinsichtlich der Faktoren „Geschlecht“ und „aktiver Fußbalausübung“**

Um Unterschiede bei den Motiven beim FIFA-Spielen zwischen Männern und Frauen und zwischen aktiven und nicht aktiven Fußballspielerinnen und Fußballspielern zu untersuchen, wurde ein U-Test (Mann-Whitney) durchgeführt, da die Voraussetzung der Normalverteilung nicht gegeben war.

Die aufgestellte Hypothese zu dem Teil bezüglich Geschlechts lautete wie folgt:

**H1:** Die Motive von Männern beim Spielen von FIFA unterscheiden sich von den Motiven von Frauen.

**H0/1:** Die Motive von Männern beim Spielen von FIFA unterscheiden sich nicht von den Motiven von Frauen.

Die Ergebnisse sollen in einer Tabelle dargestellt werden:

**Tabelle 25:** Ergebnisse Unterschiedsberechnung hinsichtlich Motiven und Geschlecht (n=213)

Subdimensionen	Geschlecht	n	Mittlerer Rang	p
Geselligkeit	weiblich	11	131,18	0,180
	männlich	202	105,68	
Kennenlernen	weiblich	11	120,00	0,413
	männlich	202	106,29	
Erholung	weiblich	11	96,50	0,561
	männlich	202	107,57	
Wettkampf/Leistung	weiblich	11	66,23	0,024
	männlich	202	109,22	
Ästhetik	weiblich	11	116,36	0,602
	männlich	202	106,49	
Durchführbarkeit/Unabhängigkeit	weiblich	11	97,95	0,616
	männlich	202	107,49	
Bequemlichkeit	weiblich	11	123,23	0,351
	männlich	202	106,12	
Fußballbegeisterung	weiblich	11	60,59	0,010
	männlich	202	109,53	
Fähigkeiten/Fertigkeiten	weiblich	11	111,41	0,804

Subdimensionen	Geschlecht	n	Mittlerer Rang	p
	männlich	202	106,76	
Anerkennung/Selbstwert	weiblich	11	117,86	0,541
	männlich	202	106,41	

Die Ergebnisse des U-Tests zeigen, dass bei 8 der 10 Kategorien die p höher als 0,05 ist. Das heißt, bei den Subdimensionen „Geselligkeit“, „Kennenlernen“, „Erholung“, „Ästhetik“, „Durchführbarkeit/Unabhängigkeit“, „Bequemlichkeit“, „Fähigkeiten/Fertigkeiten“ und „Anerkennung/Selbstwert“ kann  $H_0/1$  angenommen werden, sodass also kein signifikanter Unterschied zwischen Männern und Frauen besteht.

Für die Faktoren „Wettkampf/Leistung“ und „Fußballbegeisterung“ (in der Tabelle rot gekennzeichnet) waren die Werte von p kleiner als 0,05, das heißt, es darf  $H_1$  angenommen werden, und es besteht ein signifikanter Unterschied zwischen den Motiven von Frauen und Männern.

Die zweite aufgestellte Hypothese lautete:

**H<sub>2</sub>**: Die Motive von aktiven Fußballerinnen und Fußballern unterscheiden sich von den Motiven jener, die nicht spielen.

**H<sub>0/2</sub>**: Die Motive von aktiven Fußballerinnen und Fußballern unterscheiden sich nicht von den Motiven jener, die nicht spielen.

Der Mann-Whitney-U-Test lieferte folgende Ergebnisse:

**Tabelle 26:** Ergebnisse Unterschiedsberechnung hinsichtlich Motiven und aktiver oder nicht aktiver Fußballausübung (n=213)

Subdimensionen	Spielst du auch regelmäßig aktiv Fußball?	N	Mittlerer Rang	p
Geselligkeit	Ja	141	107,83	0,784
	Nein	72	105,38	
Kennenlernen	Ja	141	112,45	0,039

Subdimensionen	Spielst du auch regelmäßig aktiv Fußball?	N	Mittlerer Rang	p
	Nein	72	96,32	
Erholung	Ja	141	107,70	0,817
	Nein	72	105,63	
Wettkampf/Leistung	Ja	141	113,09	0,043
	Nein	72	95,07	
Ästhetik	Ja	141	111,34	0,147
	Nein	72	98,49	
Durchführbarkeit/Unabhängigkeit	Ja	141	106,71	0,924
	Nein	72	107,56	
Bequemlichkeit	Ja	141	106,08	0,751
	Nein	72	108,81	
Fußballbegeisterung	Ja	141	128,39	0,000
	Nein	72	65,12	
Fähigkeiten/Fertigkeiten	Ja	141	110,27	0,270
	Nein	72	100,60	
Anerkennung/Selbstwert	Ja	141	108,88	0,526
	Nein	72	103,32	

Wie in der Tabelle ersichtlich, ist für die Subdimensionen „Geselligkeit“, „Erholung“, „Ästhetik“, „Durchführbarkeit/Unabhängigkeit“, „Bequemlichkeit“, „Fähigkeiten/Fertigkeiten“ und „Anerkennung/Selbstwert“  $H_0/2$  anzunehmen, es besteht also kein signifikanter Unterschied.

Die Ergebnisse lieferten aber die Erkenntnis, dass für die Faktoren „Kennenlernen“, „Wettkampf/Leistung“ und „Fußballbegeisterung“ ein signifikanter Unterschied besteht und somit für diese drei Kategorien H2 angenommen werden darf.

#### **5.4.4 Zusammenhänge hinsichtlich der Faktoren „Alter“, „Häufigkeit der FIFA-Nutzung“, „Häufigkeit des aktiven Fußballspiels“, „FIFA-Spielfähigkeiten“ und „Fußball-Leistungsstufe“**

Um die Zusammenhänge zwischen den Motiven und dem Alter, der Häufigkeit der FIFA-Nutzung, der Häufigkeit des aktiven Fußballspiels, der FIFA-Spielfähigkeiten und der Fußball-Leistungsstufe zu untersuchen, wurde die Spearman Rangkorrelation verwendet.

Die erste auf den Zusammenhang der Motive hin betrachtete Komponente war das Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer.

**H3:** Es gibt einen Zusammenhang zwischen dem Alter der FIFA-Spielerinnen und FIFA-Spieler und den Motiven.

**H0/3:** Es gibt keinen Zusammenhang zwischen dem Alter der FIFA-Spielerinnen und FIFA-Spieler und den Motiven.

**Tabelle 27:** Ergebnisse der Zusammenhagsuntersuchung hinsichtlich Motiven und Alter (n=213)

Subdimension	n	r	p
Geselligkeit	213	-0,050	0,468
Kennenlernen	213	-0,089	0,194
Erholung	213	0,045	0,515
Wettkampf/Leistung	213	-0,022	0,749
Ästhetik	213	-0,079	0,252
Durchführbarkeit/Unabhängigkeit	213	0,002	0,982
Bequemlichkeit	213	-0,003	0,968
Fußballbegeisterung	213	-0,168	0,014
Fähigkeiten/Fertigkeiten	213	0,016	0,812

Subdimension	n	r	p
Anerkennung/Selbstwert	213	-0,054	0,432

Es zeigt sich, dass nur beim Faktor „Fußballbegeisterung“ ein signifikanter, sehr geringer, negativer Zusammenhang besteht. Bei allen anderen ist p größer als 0,05, und deshalb kann H0/3 angenommen werden.

Die nächste aufgestellte Zusammenhangshypothese lautete:

**H4:** Es gibt einen Zusammenhang zwischen der Häufigkeit der Nutzung von FIFA und den Motiven.

**H0/4:** Es gibt keinen Zusammenhang zwischen der Häufigkeit der Nutzung von FIFA und den Motiven.

**Tabelle 28:** Ergebnisse der Zusammenhagsuntersuchung hinsichtlich Motiven und Häufigkeit der Nutzung von FIFA (n=213)

Subdimension	n	r	p
Geselligkeit	213	0,161	0,019
Kennenlernen	213	-0,063	0,359
Erholung	213	-0,137	0,046
Wettkampf/Leistung	213	-0,346	0,000
Ästhetik	213	-0,162	0,018
Durchführbarkeit/Unabhängigkeit	213	-0,146	0,033
Bequemlichkeit	213	0,002	0,972
Fußballbegeisterung	213	-0,245	0,000
Fähigkeiten/Fertigkeiten	213	-0,093	0,175
Anerkennung/Selbstwert	213	-0,139	0,042

Die dargestellten Ergebnisse des Spearman-Tests zeigen, dass bei den meisten Subdimensionen ein signifikanter Zusammenhang besteht und H4 angenommen werden darf. Beim Faktor „Geselligkeit“ besteht ein signifikanter, sehr geringer, positiver Zusammenhang, bei „Erholung“, „Ästhetik“, „Durchführbarkeit/Unabhängigkeit“ und „Anerken-

nung/Selbstwert“ ist ein signifikanter, sehr geringer, negativer Zusammenhang und bei „Wettkampf/Leistung“ und „Fußballbegeisterung“ ein signifikanter, geringer, negativer Zusammenhang zu beobachten.

Für die Motivgruppen „Kennenlernen“, „Bequemlichkeit“ und „Fähigkeiten/Fertigkeiten“ wird H0/4 angenommen, es besteht also kein signifikanter Zusammenhang.

Im Hinblick auf die Häufigkeit der aktiven Fußballausübung wurde folgende Hypothese aufgestellt:

**H5:** Es gibt einen Zusammenhang zwischen der Häufigkeit des aktiven Spielens und den Motiven bei FIFA.

**H0/5:** Es gibt keinen Zusammenhang zwischen der Häufigkeit des aktiven Spielens und den Motiven bei FIFA.

**Tabelle 29:** Ergebnisse der Zusammenhagsuntersuchung hinsichtlich Motiven und des aktive Fußballspielens (n=141)

Subdimension	n	r	p
Geselligkeit	141	0,016	0,850
Kennenlernen	141	-0,172	0,041
Erholung	141	-0,050	0,556
Wettkampf/Leistung	141	-0,195	0,020
Ästhetik	141	-0,091	0,283
Durchführbarkeit/Unabhängigkeit	141	-0,199	0,018
Bequemlichkeit	141	-0,132	0,118
Fußballbegeisterung	141	-0,287	0,001
Fähigkeiten/Fertigkeiten	141	-0,242	0,004
Anerkennung/Selbstwert	141	-0,186	0,028

Die Subskalen „Kennenlernen“, „Wettkampf/Leistung“, „Durchführbarkeit/Unabhängigkeit“ und „Anerkennung/Selbstwert“ weisen einen signifikanten, sehr geringen, negativen Zusammenhang und „Fußballbegeisterung“ und „Fähigkeiten/Fertigkeiten“ einen signifikanten, geringen, negativen Zusammenhang auf.

Bei „Geselligkeit“, „Erholung“, „Ästhetik“ und „Bequemlichkeit“ wird aufgrund der Werte von  $p < 0,05$  angenommen.

Die sechste aufgestellte Hypothese beschäftigte sich mit dem Zusammenhang der Motive bei FIFA und der Fähigkeiten im Spiel.

**H6:** Es gibt einen Zusammenhang zwischen dem angegebenen Können bei FIFA und den Motiven.

H0/6: Es gibt keinen Zusammenhang zwischen dem angegebenen Können bei FIFA und den Motiven.

**Tabelle 30:** Ergebnisse der Zusammenhagsuntersuchung hinsichtlich Motiven und FIFA-Spielfähigkeiten ( $n=213$ )

Subdimension	n	r	p
Geselligkeit	213	-0,045	0,511
Kennenlernen	213	0,010	0,886
Erholung	213	0,056	0,414
Wettkampf/Leistung	213	0,261	0,000
Ästhetik	213	0,139	0,043
Durchführbarkeit/Unabhängigkeit	213	0,023	0,734
Bequemlichkeit	213	-0,015	0,830
Fußballbegeisterung	213	0,265	0,000
Fähigkeiten/Fertigkeiten	213	0,035	0,612
Anerkennung/Selbstwert	213	0,200	0,003

Wie die Tabelle zeigt, bewegen sich die p-Werte der Faktoren „Geselligkeit“, „Kennenlernen“, „Erholung“, „Durchführbarkeit/Unabhängigkeit“, „Bequemlichkeit“ und „Fähigkeiten/Fertigkeiten“ über 0,05, deshalb wird für sie H0/6 angenommen.

Für die anderen ist H6 bestätigt worden, also die Annahme, dass ein signifikanter Zusammenhang besteht. Bei „Ästhetik“ ist dieser sehr gering und positiv und bei „Wettkampf/Leistung“, „Fußballbegeisterung“ und „Anerkennung/Selbstwert“ gering und positiv.

Die letzte Hypothese betrachtete auch das Können beim aktiven Fußball und die Motive beim FIFA spielen.

**H7:** Es gibt einen Zusammenhang zwischen der Leistungsstufe beim aktiven Fußballspielen und den Motiven bei FIFA.

**H0/7:** Es gibt keinen Zusammenhang zwischen der Leistungsstufe beim aktiven Fußballspielen und den Motiven bei FIFA.

**Tabelle 31:** Ergebnisse der Zusammenhagsuntersuchung hinsichtlich Motiven und Fußball-Leistungsstufe (n=87)

Subdimension	n	r	p
Geselligkeit	87	-0,027	0,802
Kennenlernen	87	-0,174	0,107
Erholung	87	0,096	0,374
Wettkampf/Leistung	87	-0,041	0,705
Ästhetik	87	0,250	0,019
Durchführbarkeit/Unabhängigkeit	87	0,138	0,201
Bequemlichkeit	87	0,142	0,189
Fußballbegeisterung	87	0,080	0,462
Fähigkeiten/Fertigkeiten	87	-0,018	0,869
Anerkennung/Selbstwert	87	0,000	0,997

Nur die Subdimension „Ästhetik“ weist einen signifikanten, geringen, positiven Zusammenhang auf.

Bei allen anderen ist kein signifikanter Zusammenhang festzustellen gewesen, und deshalb wird H0/7 angenommen.

## **6 Diskussion der Ergebnisse**

Dieses Kapitel greift die gewonnenen Ergebnisse noch einmal auf und versucht sie zu interpretieren. Es werden zuerst die Informationen über die Teilnehmerinnen und Teilnehmer, die Art, wie diese das Spiel FIFA nutzen, die Beziehung der Befragten zur Sportart Fußball und zum Schluss die Motive beim FIFA, inklusive der aufgestellten Hypothesen, diskutiert.

### **6.1 Diskussion der persönlichen Daten**

Aufmerksam auf den Fragebogen wurden 368 Personen, welche zumindest damit begonnen hatten, die Fragen zu beantworten. Vollständig beantwortet haben ihn letztendlich 213 Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Alle dieser Fragebögen waren vernünftig ausgefüllt, und da die einzige Vorgabe war, dass die Befragten FIFA kennen und gelegentlich spielen, war die endgültige Stichprobengröße  $n = 213$ .

#### **6.1.1 Geschlecht**

Ein sehr großer Teil der Befragten war männlich. Das Verhältnis zwischen Männern und Frauen betrug 94,8% (202 TN) zu 5,2% (11 TN). Diese Tatsache machte geschlechtsspezifische Vergleiche schwierig und nicht wirklich aussagekräftig, bestätigt jedoch diverse Statistiken, welche auch im einleitenden Teil dieser Arbeit eingeführt wurden, dass Videospiele – im Besonderen FIFA – hauptsächlich von Menschen männlichen Geschlechts gespielt werden.

Die JIM-Studie von 2015 (S. 8) zeigt zum Beispiel, dass 63% der Jungen und nur 36% der Mädchen eine feste Spielekonsole besitzen und auch die Entertainment Software Association (2015, S 3 f.) bestätigt diese Tendenz.

#### **6.1.2 Alter**

Im Durchschnitt lag das Alter der Teilnehmerinnen und Teilnehmer bei 23 Jahren. Der errechnete Mittelwert betrug 23,28 Jahre. Die jüngste Person war 13 Jahre alt, und die älteste hatte ein Alter von 51 Jahren. Wenn man die erstellten Altersgruppen betrachtet, ist auffallend, dass sich mit 49,3% fast die Hälfte aller Teilnehmerinnen und Teilnehmer in der Altersspanne zwischen 21 und 25 Jahren bewegte. Dies kann natürlich auch mit der Verbreitung über Facebook zu tun haben, da die von mir erreichbaren Personen über diver-

se Universitäts-Gruppen oder in meiner Freundesgruppe alle eher in diesem Altersbereich zu finden sind. Das bestätigt auch die Erkenntnis, dass über 90% in den Bereich der 16- bis 30-Jährigen fallen.

Jedoch ist auch anzumerken, dass das Spiel FIFA vor allem in dieser Altersgruppe sehr beliebt ist. Die Personen in diesem Alter erlebten die Entstehung und Evolution von FIFA und die stetige und schnelle Verbesserung der diversen Konsolen unmittelbar mit. Man könnte diese Generation als „Konsolen-Generation“ bezeichnen. Vor allem in den 1990er- und 2000er-Jahren gab es einen starken Boom von digitalen Spielen, und für diese Generationen bedeutete das damals etwas sehr Besonderes, weil Neues.

Der Fakt, dass die Altersspanne von 13-51 Jahre reicht, zeigt, dass FIFA grundsätzlich in jedem Alter gespielt werden kann und auch wird. Bestimmt ist der Anteil der unter 15-Jährigen, die FIFA nutzen, größer als in meiner Stichprobe. Bei den älteren dürfte der Anteil an Konsolen- oder FIFA-Spielerinnen und -Spielern tatsächlich geringer sein, da sie eben nicht zu dieser „Konsolen-Generation“ gehören und in ihrer Jugend Videospiele – und vor allem FIFA – noch nicht existierten.

Die Ergebnisse der Entertainment Software Association (2015, S. 3) zeigen, dass die größte Gruppe von Computerspielerinnen und -spielern im Alter zwischen 18-35 Jahren (30%) ist. Auch die Altersgruppen der unter 18-Jährigen und über 50-Jährigen sind mit 26% bzw. 27% eher groß. Im Altersbereich von 36-49 Jahren sind es mit 17% etwas weniger Personen, die digitale Spiele nutzen.

### **6.1.3 Ausbildung**

Der Anteil an schulisch hoch gebildeten Umfrageteilnehmerinnen und -teilnehmern ist relativ groß. Über 70% haben Matura oder einen Hochschulabschluss aufzuweisen. Dieses Ergebnis lässt sich meiner Meinung nach bestimmt auch mit der Verbreitung der Umfrage über soziale Medien zurückführen. Vor allem das Posten des Fragebogens in Gruppen, in denen nur Studentinnen und Studenten zu finden sind, war hier ausschlaggebend dafür, dass mehr als die Hälfte die Matura absolviert hat.

### **6.1.4 Herkunftsländer**

Die Antwort auf die Frage nach dem Land, in dem die Teilnehmerinnen und Teilnehmer wohnen, war für die Ausarbeitung der Ergebnisse nicht relevant. Ziel war es nur, eine

möglichst große Stichprobe zu erhalten. Die Gruppe der FIFA-Spielerinnen und -Spieler wurde als Ganzes betrachtet. Vergleiche zwischen den Ländern Österreich und Deutschland erschienen als nicht sinnvoll, da die Verteilung der Stichprobe ungleich war und ein sehr großer Teil aus österreichischen Teilnehmerinnen und Teilnehmern bestand.

## **6.2 Diskussion zur Art der Nutzung von FIFA**

Ziel war es, herauszufinden, wie intensiv die Befragten der Nutzung von FIFA nachgehen, um danach auch etwaige Unterschiede bei den Motiven auszumachen. Es wurde angenommen, dass es Differenzen gibt, je nach Häufigkeit und Intensität der Nutzung.

### **6.2.1 Spieljahre**

Durchschnittlich kennen bzw. spielen die Befragten FIFA schon seit 10-11 Jahren. Nur 8% spielen es seit vier Jahren oder weniger. Dass es die meisten schon über fünf Jahre konsumieren, hängt natürlich auch mit dem Alter zusammen, aber man sieht, dass FIFA bekannt ist und sich schon seit vielen Jahren etabliert hat, vor allem in der „Konsolen-Generation“. Vergleicht man diese durchschnittlich 10-11 Spieljahre mit dem Durchschnittsalter der Befragten (23,28 Jahre), so könnte man interpretieren, dass das Alter, mit denen die meisten in Verbindung mit FIFA kommen, bei ca. 13 Jahren liegt.

### **6.2.2 Häufigkeit des Spielens**

Bei den Angaben zur Frage, wie oft pro Woche FIFA gespielt werde, kam eine relativ ausgeglichene Verteilung heraus. 74,6% Prozent nutzen das Spiel zumindest einmal in der Woche. Weiters gab es Abstufungen von 1- bis 2-mal, 3- bis 4-mal und 5-mal oder öfter. Auch der Anteil derjenigen, die es nicht regelmäßig spielen, also weniger als einmal wöchentlich, ist mit 25,4% relativ hoch. Das zeigt, dass es gelungen ist, eine gute Mischung aus Gelegenheitsnutzerinnen und -nutzern zu erreichen, was sich gut für Vergleiche eignet.

Der Mittelwert bei der Dauer des Akts des Spielens selbst ergab bei der Umfrage 2,13 Stunden. Dabei zeigten die Angaben, dass FIFA sowohl zum Füllen von kurzen Zeitlücken dienen kann, aber auch Suchtpotential hat und teilweise sehr intensiv betrieben wird. Die höchste Angabe war eine Nutzung von über 6 Stunden am Stück.

### **6.2.3 Besitz des Spiels**

Es wurde ersichtlich, dass die meisten selbst im Besitz des Spieles sind, vor allem bei den männlichen Befragten. Bei den weiblichen Teilnehmerinnen ging die Tendenz eher dazu, das Spiel nicht selbst zu haben, jedoch ist aufgrund der geringen Teilnehmerinnenzahl diese Tendenz mit Vorsicht zu genießen. Das allgemeine Ergebnis lässt sich jedoch gut mit der Regelmäßigkeit des Spielens vereinbaren, und man kann interpretieren, dass diejenigen, die nicht nur hin und wieder spielen, das Spiel auch tatsächlich selbst zu Hause haben.

### **6.2.4 Art des Spielens**

Die Ergebnisse zur Frage, ob das Spiel eher alleine oder mit Freunden ausgeführt werde, zeigten sich ausgeglichen, jedoch mit der Tendenz, es eher in Gesellschaft zu spielen. Bei der Gruppe der männlichen Teilnehmer kam ein Verhältnis von 44,6% zu 55,4% zugunsten von „Ich spiele FIFA hauptsächlich mit Freunden“ heraus. Interessant war, dass von den Teilnehmerinnen alle 11 angaben, es eher mit anderen zu spielen. Da weibliche Personen allgemein weniger spielen, kann man davon ausgehen, dass sie alleine kaum dazu greifen, sondern eher nur in Gesellschaft, weswegen sie das Spiel auch weniger häufig selbst besitzen.

### **6.2.5 Spielfähigkeiten**

Wie bei auch bei Sport oder anderen Aktivitäten macht Übung den Meister. Aus diesem Grund kann man die Angaben zur Häufigkeit des Spielens und die des Könnens gut vergleichen, und man erkennt, dass sich die meisten selbst gute Spielfähigkeiten zuordnen.

### **6.2.6 Erstkontakt**

Es konnte keine Hauptquelle erkannt werden, durch die sich FIFA verbreitet. Die Antwortmöglichkeiten „Freunde/Bekannte“, „Familie“, „Schule/Universität“ und „Werbung“ wiesen alle Werte zwischen 20-30% auf. Ich würde dieses Ergebnis in diese Richtung interpretieren, dass FIFA bei den Personen in der oben diskutierten Altersgruppe zwischen 16 und 30 allgegenwärtig bzw. fast jedem bekannt ist und man gar nicht mehr weiß, woher man es konkret kennt. Wenn man nur ein bisschen mit Videospiele oder Fußball zu tun

hat, kommt man nicht um das Spiel herum. Offene Antworten wie „Interesse am Fußball“, „zu lange her, keine Ahnung mehr“ und „jeder kennt fifa“ bekräftigen diese Ansicht.

### **6.2.7 Ausübung anderer digitaler Spiele**

FIFA-Spielerinnen und -Spieler sind im Allgemeinen als Videospielerinnen und -spieler definiert. Über 90% der Befragten nutzen zumindest hin und wieder auch andere Spiele. Es gibt also kaum jemanden, der rein nur das Spiel FIFA auswählt.

## **6.3 Diskussion zum Fußball-Hintergrund**

Von den 213 Teilnehmerinnen und Teilnehmern gaben insgesamt 66,2% (141 TN) an, dass sie auch aktiv regelmäßig Fußball spielten und nicht nur virtuell. Das entspricht aufgrund der größeren Anzahl natürlich ungefähr den Verhältnissen bei den männlichen Befragten. Bei den weiblichen war die Tendenz eher dahingehend, dass nicht aktiv gespielt wird. 9 der 11 FIFA-Spielerinnen antworteten mit „Nein“. FIFA- und wirkliches Fußballspielen können also einhergehen, jedoch ist es nicht so, dass jede virtuelle Fußballerin oder jeder virtuelle Fußballer diesen Sport auch real regelmäßig ausübt.

### **6.3.1 Häufigkeit der aktiven Ausübung**

Die meisten der aktiven Fußballerinnen und Fußballer unter den FIFA-Spielerinnen und -Spielern gaben an, im Bereich von 1- bis 4-mal pro Woche zu spielen. Davon betätigen sich 38,3% 3- bis 4-mal aktiv, was einem Trainingsaufwand von mittel-, eventuell auch noch unterklassigen Ligen entspricht. 32,6% spielen nur einmal oder zweimal wöchentlich. Diesen Umfang würde ich Hobbyfußballerinnen und -fußballern zuordnen, oder es könnte auch einfach das Fußballspielen im Sportunterricht gemeint sein. Wirklich professionell betreiben den Sport 10,6% mit einer Häufigkeit von 5-mal oder öfter jede Woche. Bei 18,4% ist es nicht so, dass sie jede Woche aktiv sind.

### **6.3.2 Spielen in einem Verein**

61,7% der 141 Befragten, die regelmäßig Fußball spielen, tun dies in einem Verein. Dies würde den Annahmen zur Häufigkeit entsprechen. Die Gruppen mit 3- bis 4-mal oder 5-mal oder öfter sind zur Gänze auch Vereinsspielerinnen und -spieler, mit regelmäßigem Training unter der Woche und Spielen an den Wochenenden. Auch ein Teil derjenigen, die 1- bis 2-mal pro Woche spielen, gehören vermutlich einem Verein, zum Beispiel einem

Hobbyverein, an. Alle anderen antworteten mit „Nein“ auf die Frage, ob sie in einem Verein spielten.

### **6.3.3 Früher FIFA oder Fußball?**

Das eindeutige Ergebnis auf die Frage, welche der beiden Tätigkeiten früher ausgeübt wurde, zeigt, dass kaum jemand den Weg über FIFA zum wirklichen Fußball gefunden hat, sondern die umgekehrte Reihenfolge gängig ist. 97,2% gaben an, schon Fußball gespielt zu haben, bevor sie mit FIFA begonnen hätten. Das Sportspiel für die Konsole ist also nicht wirklich ein Auslöser oder Motivator, um mit dem aktiven Betreiben der Sportart zu beginnen. Es ist eher der Fußball, der FIFA-Spielerinnen und -Spieler an die Konsole bringt.

### **6.3.4 Motive beim Fußball**

Als zutreffendstes Motiv für das aktive Fußballspielen wählten die FIFA-Spielerinnen und -Spieler die Attraktivität der Sportart. („...weil ich die Sportart attraktiv finde“; MW=4,60). Auf Rang zwei findet man das Item „...weil mir die Bewegung Freude macht“ mit einem Mittelwert von 4,43. Es folgen soziale und wettkampf- oder leistungsbezogene Faktoren wie „...um dabei meine Freunde zu treffen“ bzw. „...um mich zu verbessern“ und „...wegen der Herausforderung und des Wettkampfs“ mit Durchschnittswerten von um die 4 oder höher. Sie wurden also häufig als sehr zutreffend angesehen. Auch die Motivation, fit zu sein, wurde unter den Befragten dieses Fragebogens mit hohen Werten angegeben, während „...um Selbstbestätigung zu erfahren und mich zu präsentieren“ (MW=2,66), „...wegen meiner Figur“ (MW=2,60) und „...weil mich ein bestimmter Sportler beeindruckt und ich so spielen können möchte wie mein Vorbild“ (MW=2,48) nicht wirklich als Motive für das aktive Spielen ausgemacht werden konnten.

Es sind also vor allem die Leidenschaft sich zu bewegen, der soziale Faktor des Freundetreffens sowie Ehrgeiz und Wettkampf, aus denen Fußballerinnen und Fußballer, die auch FIFA spielen, die Motivation schöpfen, dem Sport nachzugehen.

Die Untersuchung zu den Motiven von männlichen Sportlern von Rockenschaub (2015, S. 68 ff.) lieferte ähnliche Ergebnisse: Als am meisten motivierend wurden Faktoren wie „Herausforderung/Wettkampf“, „Kontakt im/durch Sport“ und „Fitness/Wohlbefinden“ angesehen. Aspekte der Selbstbestätigung, der Versuch, Vorbildern nachzueifern, oder das Ziel, seine Figur oder sein Aussehen dadurch zu verbessern, wurden als am wenigsten zu-

treffende Motive genannt. Die Ergebnisse der Umfrage von Rockenschaub bestätigen sich also hier, und es sind keine Unterschiede zwischen seinen Befragten und den FIFA-Spielerinnen und -Spielern festzustellen. Natürlich könnten auch unter seinen Probanden viele Personen, die FIFA nutzen, gewesen sein.

### **6.3.5 Stellenwert**

Um herauszufinden, wie wichtig den Teilnehmerinnen und Teilnehmern „Fußball schauen“, „Fußball spielen“, „FIFA“ und „Computerspiele“ sind, stellte sich eindeutig heraus, dass der Stellenwert von Fußball ganz allgemein höher ist. Das Anschauen von Fußball erhielt mit einem Mittelwert von 7,63 eine große Wichtigkeit unter den FIFA-Spielerinnen und -Spielern, gefolgt vom eigenständigen Ausüben der Sportart mit 6,73. Die Reihenfolge der beiden ist bei den aktiven Fußballerinnen und Fußballern möglicherweise umgekehrt, doch die wichtigste Erkenntnis ist, dass der reale Fußball den Befragten mehr bedeutet als das Spiel FIFA. Interessant ist noch, dass andere Sportarten höher eingestuft wurden als das Fußballspielen, jedoch geringer als das Schauen der Sportart. Das hängt wahrscheinlich mit den nicht aktiven Spielerinnen und Spielern zusammen, die andere Sportarten ausüben und von denen wiederum einige als Zuschauer die Sportart schon gerne verfolgen. Das Spiel FIFA liegt mit einem Mittelwert von 5,23 ziemlich mittig auf der Skala von 1-10. Das heißt, der Stellenwert von FIFA wird relativ neutral angesehen. Dennoch ist den Spielerinnen und Spielern dieses Videospiel noch um einiges wichtiger als andere Computerspiele. Mit Abstand den höchsten Stellenwert erhielten die sozialen Komponenten. „Freunde/Bekannte“ und „Familie/Verwandtschaft“ sind den meisten Teilnehmerinnen und Teilnehmern außerordentlich wichtig und erreichen beide Mittelwerte von über 9. Gefolgt werden diese Faktoren von Beruf oder Ausbildung mit einem Mittelwert von 8,10.

Die Sportart Fußball war also unter den Befragten sehr beliebt und lag vom Stellenwert her mit Abstand vor dem digitalen Vergnügen. Dann wurde das Fußball-Videospiel als wichtiger eingestuft als andere, jedoch relativ neutral angesehen. Über allem stehen die Wichtigkeit von Familie und Freundschaften.

Es scheint also, dass FIFA spielen dem aktiven Nachgehen der Sportart Fußball oder anderen Sportarten nicht schadet oder zu Faulheit führt. Diese Tatsache findet man auch in den Ausführungen von Freitag (2009, S. 26) in Anlehnung an Kraam-Aulenbach (2003, S. 16). Demzufolge hängt die Nutzung von Computerspielen auch mit dem Wetter zusammen. Bei schlechtem Wetter wird mehr gespielt und bei schönem Wetter wird tendenziell weniger in

die virtuelle Welt eingetaucht. Das Spielen von FIFA oder auch das Nutzen anderer digitaler Spiele dient also oft schlicht und einfach gegen Langeweile, wenn sonst nichts Besseres zu tun ist.

## 6.4 Diskussion zu den Motiven bei FIFA

Der zentrale Punkt dieser Arbeit war es, Motive von FIFA-Spielerinnen und -Spielern beim Ausüben ihres Hobbies festzustellen und dann bei diesen Motiven Unterschiede oder Zusammenhänge zu untersuchen.

Als Erstes wurden einmal alle Items betrachtet und deren Mittelwerte verglichen. Die erstellte Tabelle reiht alle 48 erstellten Items nach deren Mittelwerten. Am ehesten als wichtiges Motiv sahen die Befragten die Aussage „...weil mich die Sportart FIFA fasziniert“. Dieses Item weist auch als einziges einen Mittelwert von über 4, genau 4,25, auf. Es ist also sehr zutreffend. Gleich an dritter Stelle ist mit „...weil ich auch aktiv gerne Fußball spiele“ eine Aussage zu finden, die sich auf den realen Fußball bezieht. Es wird also ersichtlich, dass die Begeisterung für die Sportart, der FIFA zu Grunde liegt, ein wichtiger Motivationsfaktor ist. Ein weiteres Motiv, das man direkt mit Fußball verbinden kann, ist „...weil ich mit meinen Idolen und Lieblingsteams spielen kann“. Es reiht sich mit Rang 10 auch vorne ein.

Das nächsthöchste bewertete Item war „...um mich mit anderen/Freunden zu messen“ (MW=3,86). Diesem liegt die Geselligkeit, also der Kontakt zu anderen beim Spielen, zugrunde. Dass dieser Faktor entscheidend bei den Motiven vieler ist, zeigen auch die Platzierungen von „...um mit anderen gesellig zusammen zu sein“ (Rang 6) und „...um dabei Freunde/Bekannte zu treffen“ (Rang 19).

Motive, die in die Kategorie „Kontakt durch“, also „Kennenlernen“, gehören, waren ganz am Ende der Liste zu finden. Mit Mittelwerten von 1,57 und 1,56 lagen die Items „...um dadurch neue Menschen kennen zu lernen“ und „...um durch das Spiel neue Freunde zu gewinnen“ an vorletzter und letzter Stelle der 48 Formulierungen.

Als dritten motivierenden Faktor scheinen FIFA-Spielerinnen und -Spieler an dem Spiel seine Spontanität zu schätzen, und dass es unkompliziert in der Ausführung sei, wenn man die Voraussetzungen hat, die man sich einmal anschaffen muss. Auf den Rängen 4, 5 und 7 finden sich die Motivaussagen „...weil ich es spontan ausüben kann“, „...weil ich es ohne

großen Aufwand oder spezielle Vorbereitungen spielen kann“ und „...weil ich es bei jedem Wetter spielen kann“ mit Mittelwerten von über 3,37.

Ebenfalls Mittelwerte mit der Tendenz Richtung „zutreffend“, also über 3, haben Kategorien wie „Erholung“ und Items, die mit Leistung, Wettkampf bzw. Verbesserung einhergehen.

Neben dem Faktor des „Kennenlernens“ sind anscheinend Motive, die eine gewisse Faulheit implizieren, ebenfalls irrelevant. Die Aussagen „...weil es nicht körperlich anstrengend ist“ (MW=1,89), „...weil ich dazu nicht raus muss“ (MW=1,70), „...weil ich aktiv nicht gut Fußball spiele“ (MW=1,62) und „...weil ich mich dabei nicht bewegen muss“ (MW=1,60) findet man auf den Plätzen 39 bzw. 44-46.

Auch wollen Spielerinnen und Spieler durch FIFA nicht Anerkennung oder Komplimente erhalten bzw. ihr Selbstwertgefühl und Selbstbewusstsein damit steigern. Genauso ist das Vorhaben, durch das Benützen des Controllers die Feinmotorik der Hände zu verbessern oder beim Spielen die Konzentrationsfähigkeit oder kognitiven Fähigkeiten zu stärken, nicht zu erkennen.

Die Erkenntnisse der Betrachtung einzelnen Items konnte im Folgenden auch bei den Subdimensionen bestätigt werden, und die Tendenzen spiegelten sich erwartungsgemäß wider.

### **6.4.1 Mittelwerte der Subskalen**

Durch die Faktorenanalyse wurden die 48 Items auf 36 reduziert und in Subdimensionen zusammengefasst, die dann, an die zugeordneten Formulierungen angepasst, benannt wurden.

Die Reihung dieser Faktoren nach ihren Mittelwerten bestätigte, was bei der Einzelbetrachtung der Elemente erahnt werden konnte. Am meisten treffen für FIFA-Spielerinnen und -Spieler die Subskalen „Fußballbegeisterung“ (MW=3,7856), „Geselligkeit“ (MW=3,2606), „Durchführbarkeit/Unabhängigkeit“ (MW=3,2601) und „Wettkampf/ Leistung“ (MW=3,1909) als Grund, warum sie spielen, zu. Bei „Erholung“ und „Ästhetik“ liegen die Werte zwischen 2 und 3, also etwas unter der Mitte. Ganz hinten, mit durchschnittlichen Werten von unter 2 findet man die Subdimensionen „Fähigkeiten/ Fertigkeiten“, „Anerkennung/Selbstwert“, „Bequemlichkeit“ und „Kennenlernen“.

Man kann also sagen, dass es vor allem die Faszination des Fußballs ist, die auch FIFA so attraktiv macht. Ebenso ist das Spiel ein beliebter Weg, um andere zu treffen oder mit

Freunden gemeinsam zu spielen. Dass es sehr praktisch und einfach zu organisieren ist, ist ebenfalls ein Faktor, der das Spiel beliebt macht. Die Spielerinnen und Spieler mögen auch den Vergleich mit anderen und wollen gute Leistungen erbringen. Hingegen erweist sich FIFA als kein wirklicher Weg, um neue Bekanntschaften zu schließen oder neue Freunde zu gewinnen. Man spielt es auch nicht, weil man sich nicht gern bewegt oder zu faul für aktiven Fußball ist. Ebenso wollen die wenigstens aufgrund von FIFA anerkannt werden oder hoffen, damit außerhalb des Videospieles Fähigkeiten zu trainieren.

Wenn man die Motive beim FIFA-Spielen mit denen beim aktiven Fußball vergleicht, stellt man fest, dass vor allem der soziale Aspekt, also der Faktor sich mit Freundinnen und Freunden zu treffen, bei beiden Tätigkeiten als sehr wichtig eingestuft wurde. Dies bestätigen auch die Ergebnisse zu den Motiven im Fußball von Rockenschaub (2015, S. 68 ff.). Auch in seiner Arbeit stellt sich heraus, dass der Faktor „Kontakt im/durch Sport“ einen hohen Stellenwert hat und wichtig für das Ausüben der Sportart Fußball ist. Wobei hier zu beachten ist, dass das Kennenlernen neuer Leute beim Faktor „Kontakt“ sowohl bei FIFA als auch bei Fußball eher nicht im Vordergrund steht, sondern eher das Verbringen von Zeit mit bekannten und liebgewonnenen Menschen. Bei beiden Aktivitäten sehen es die Befragten nicht als Ziel, sich zu präsentieren oder Anerkennung erlangen zu wollen. Wettkampforientierte Motive werden sowohl bei FIFA als auch bei Fußball als eher zutreffende Faktoren eingestuft, wobei sie beim Fußball um einiges wichtiger erscheinen. Bei FIFA reiht sich diese Subdimension deutlich hinter anderen ein. Am wichtigsten für das digitale Spielen ist ohne Zweifel die Begeisterung für die Sportart selbst.

Die Untersuchung von Böckl (2012, S. 77) zu den Motiven beim virtuellen Sporttreiben anhand der Wii-Konsole liefert ähnliche Ergebnisse. Obwohl das Nutzen dieser Konsole sich etwas vom Spielen von FIFA unterscheidet, bestätigt sich bei ihm auch, dass vor allem der Geselligkeitsfaktor sehr wichtig ist. Das wichtigste Motiv seiner Studie war „um mit Familie oder Freunden gemeinsam Zeit zu verbringen“. Es zeigt sich also, dass der soziale Faktor für das Nutzen von digitalen Spielen von großer Bedeutung ist. Die Entspannungskomponente findet sich bei Böckl auf Platz 2. Diese hat unter den FIFA-Spielerinnen und Spieler zwar anscheinend nicht die Wichtigkeit wie bei Wii-Nutzerinnen und -Nutzern, ist jedoch auch im vorderen Bereich zu finden.

### 6.4.3 Unterschiede hinsichtlich der Faktoren „Geschlecht“ und „aktiver Fußballausübung“

Es wurde überlegt, ob es Unterschiede bei den Motiven für FIFA bei Männern und Frauen gibt. Zunächst wurde folgende Hypothese dazu aufgestellt:

**H1:** Die Motive von Männern beim Spielen von FIFA unterscheiden sich von den Motiven von Frauen.

**H0/1:** Die Motive von Männern beim Spielen von FIFA unterscheiden sich nicht von den Motiven von Frauen.

Die Ergebnisse des U-Tests zeigen, dass bei den Subdimensionen „Geselligkeit“, „Kennenlernen“, „Erholung“, „Ästhetik“, „Durchführbarkeit/Unabhängigkeit“, „Bequemlichkeit“, „Fähigkeiten/Fertigkeiten“ und „Anerkennung/Selbstwert“ diese Hypothese nicht bestätigt wird und kein signifikanter Unterschied besteht.

Für die Faktoren „Wettkampf/Leistung“ und „Fußballbegeisterung“ wurde aufgrund der Ergebnisse H1 angenommen werden. Um die Unterschiede zu betrachten, wurden die Mediane verglichen.

**Tabelle 32:** Unterschiede bei den relevanten Subdimensionen hinsichtlich Geschlechts (n=213)

Geschlecht		Wettkampf/Leistung	Fußballbegeisterung
weiblich	Median	2,3333	2,6667
	n	11	11
männlich	Median	3,3333	4,0000
	n	202	202
Insgesamt	Median	3,3333	4,0000
	n	213	213

Man kann erkennen, dass die Tendenz für diese Umfrage dahin geht, dass bei den männlichen Teilnehmern die Faktoren „Wettkampf/Leistung“ und „Fußballbegeisterung“ wichtiger sind als für weibliche FIFA-Spielerinnen. Es könnte ein Beleg dafür sein, dass für männliche Personen das Messen bedeutender ist als für Frauen und sie in der Regel auch fußballinteressierter sind. Da die Gruppe der weiblichen Umfrageteilnehmerinnen jedoch

sehr klein ist, ist diese Statistik mit Vorsicht zu genießen. Es ist nur möglich, einen eventuellen Trend zu interpretieren.

Als Zweites wurde davon ausgegangen, dass sich die Motive auch hinsichtlich der aktiven Fußballbetätigung unterscheiden.

**H2:** Die Motive von aktiven Fußballerinnen und Fußballern unterscheiden sich von den Motiven jener, die nicht spielen.

**H0/2:** Die Motive von aktiven Fußballerinnen und Fußballern unterscheiden sich nicht von den Motiven jener, die nicht spielen.

Bei drei Faktoren konnte diese Hypothese bestätigt werden. So konnte für die Kategorien „Kennenlernen“, „Wettkampf/Leistung“ und „Fußballbegeisterung“ ein Unterschied hinsichtlich aktiver Fußballbetätigung festgestellt werden. Für alle anderen muss H0/2 angenommen werden.

**Tabelle 33:** Unterschiede bei den relevanten Subdimensionen hinsichtlich aktiven Fußballspiels (n=213)

Spielst du auch regelmäßig aktiv Fußball?		Wettkampf/Leistung	Fußballbegeisterung	Kennenlernen
Ja	Median	3,3333	4,3333	1,0000
	n	141	141	141
Nein	Median	3,0000	3,3333	1,0000
	n	72	72	72
Insgesamt	Median	3,3333	4,0000	1,0000
	n	213	213	213

Die Betrachtung der Mediane zeigt, dass bei nicht aktiven Fußballerinnen und Fußballern die Fußballbegeisterung erwartungsgemäß nicht so ausschlaggebend ist. Auch das Erbringen von Leistung und die Wettkampfsituationen erscheinen für aktive Spielerinnen und Spieler etwas bedeutsamer zu sein. Die Mediane im Bereich „Kennenlernen“ unterscheiden sich nicht. Ein Blick auf den mittleren Rang zeigt, dass dieser Beweggrund für die

aktiven etwas mehr Gewicht hat. Dieser kleine Unterschied ist jedoch zu vernachlässigen. Der Faktor „Kennenlernen“ ist im Allgemeinen mit einem Mittelwert von unter 1 als nicht sehr bedeutsam in Hinblick auf die Motive zu betrachten.

#### **6.4.4 Zusammenhänge hinsichtlich der Faktoren „Alter“, „Häufigkeit der FIFA-Nutzung“, „Häufigkeit des aktiven Fußballspiels“, „FIFA-Spielfähigkeiten“ und „Fußball-Leistungsstufe“**

Auch in Hinblick auf Zusammenhänge zwischen den Motiven und unterschiedlichen anderen Faktoren wurden Hypothesen formuliert. Die erste, die dabei aufgestellt wurde, betrachtet den Einfluss des Alters.

**H3:** Es gibt einen Zusammenhang zwischen dem Alter der FIFA-Spielerinnen und FIFA-Spieler und den Motiven.

**H0/3:** Es gibt keinen Zusammenhang zwischen dem Alter der FIFA-Spielerinnen und FIFA-Spieler und den Motiven.

Lediglich beim Faktor „Fußballbegeisterung“ konnte auf Grundlage des verwendeten Tests ein Zusammenhang festgestellt werden, aus dem geschlossen werden kann, dass mit zunehmendem Alter die Begeisterung für die Sportart Fußball kein so wichtiges Motiv ist wie bei jüngeren Spielerinnen und Spieler. Je älter die Teilnehmerinnen und Teilnehmer desto eher sind sie mit der Entwicklung von Konsolen und FIFA aufgewachsen und deswegen ist, auch wenn die Fußballbegeisterung vorhanden ist, diese nicht so sehr ausschlaggebend. Wohingegen jüngere Menschen den Zugang zum Spiel eher über die Vorliebe zur Sportart finden.

Eine weitere Annahme war, dass die Motive damit zusammenhängen, wie oft man FIFA nützt.

**H4:** Es gibt einen Zusammenhang zwischen der Häufigkeit der Nutzung von FIFA und den Motiven.

**H0/4:** Es gibt keinen Zusammenhang zwischen der Häufigkeit der Nutzung von FIFA und den Motiven.

Der durchgeführte Spearman-Test zeigt, dass H0/4 nur für die Faktoren „Kennenlernen“, „Bequemlichkeit“ und „Fähigkeiten/Fertigkeiten“ angenommen werden kann. Bei den anderen besteht ein Zusammenhang zwischen den Motiven und der Häufigkeit, mit der FIFA gespielt wird. So kann interpretiert werden, dass, je seltener gespielt wird, das Beisammensein mit anderen und das Treffen von Freunden beim Spielen etwas wichtiger wird. Dies könnte mit Spielertypen zusammenhängen, die an sich nicht allzu oft spielen und, wenn sie es tun, sich dazu mit Freunden treffen. Leute, die öfter spielen, müssen dies auch öfter alleine machen, denn es ist schwierig, immer jemanden zu finden, der auch Zeit hat.

Die Faktoren „Erholung“, „Ästhetik“, „Durchführbarkeit/Unabhängigkeit“ und „Anerkennung/Selbstwert“ werden hingegen etwas geringer eingestuft, je weniger pro Woche gespielt wird. Wenn man FIFA zum Beispiel als Ausgleich zum Alltag sieht, von der Realitätsnähe beeindruckt ist oder man die Spontaneität schätzt, spielt man vermutlich auch öfter. Leute, die nicht oft spielen, nützen das Spiel auch nicht, um sich abzulenken oder abzuschalten.

Ein etwas größerer, wenn auch immer noch geringerer Zusammenhang besteht zwischen den Subdimensionen „Wettkampf/Leistung“ und „Fußballbegeisterung“ und der Häufigkeit, mit der man spielt. Je weniger häufig man spielt, desto weniger wichtig sind wettkampfbezogene Motive. Leute, die vermehrt vor der Konsole sitzen, lieben es demzufolge, sich mit anderen zu messen. Auch Fußballfans scheinen virtuell ebenfalls öfter den Ball zu treten.

Nicht nur die Häufigkeit des FIFA-Spielens selbst wurde als ausschlaggebend betrachtet, sondern es wurde auch die Häufigkeit der aktiven Ausübung der Sportart als vermutlich relevant angesehen.

**H5:** Es gibt einen Zusammenhang zwischen der Häufigkeit des aktiven Spielens und den Motiven bei FIFA.

**H0/5:** Es gibt keinen Zusammenhang zwischen der Häufigkeit des aktiven Spielens und den Motiven bei FIFA.

Dieser Zusammenhang bestätigte sich bei den Faktoren „Kennenlernen“, „Wettkampf/Leistung“, „Durchführbarkeit/Unabhängigkeit“, „Anerkennung/Selbstwert“, „Fußballbegeisterung“ und „Fähigkeiten/Fertigkeiten“. Es zeigte sich, dass, je weniger oft in der Woche aktiv Fußball gespielt wird, desto weniger wichtig sind diese Faktoren für die Teil-

nehmerinnen und Teilnehmer. Für Leute, die sich auch häufiger auf einem Fußballplatz aufhalten, ist diese Affinität zur Sportart beispielsweise auch öfter eine Motivation, um FIFA zu spielen. Sie haben auch eher im Hinterkopf, dadurch eventuell Feinmotorik oder Konzentration zu verbessern.

Was den Zusammenhang zwischen den Motiven und den Fähigkeiten bei FIFA betrifft, wurde auch angenommen, dass diese Faktoren miteinander korrelieren, und daher folgende Hypothese aufgestellt:

**H6:** Es gibt einen Zusammenhang zwischen dem angegebenen Können bei FIFA und den Motiven.

**H0/6:** Es gibt keinen Zusammenhang zwischen dem angegebenen Können bei FIFA und den Motiven.

Für die Subdimensionen „Wettkampf/Leistung“, „Ästhetik“, „Fußballbegeisterung“ und „Anerkennung/Selbstwert“ wurde H6 bestätigt. Je besser die Spielerinnen und Spieler ihr Können einschätzten, desto wichtiger waren ihnen diese Motive. Das zeigt, dass zum Beispiel der Vergleich mit anderen und die Ergebnisse beim Spielen in den Vordergrund rücken je fortgeschrittener jemand spielt. Ebenso lässt sich interpretieren, dass Menschen, die sich für Fußball interessieren, auch in FIFA bessere Spielfähigkeiten besitzen. Vielleicht hilft eine bessere Kenntnis von Fußball beim Videospiel und trägt bei FIFA zu einem höheren Spielkönnen bei.

Zu guter Letzt wurde angenommen, dass die Leistungsstufe der Aktiven und die Motive beim FIFA in Zusammenhang stehen. Die letzte aufgestellte Hypothese lautete deshalb:

**H7:** Es gibt einen Zusammenhang zwischen der Leistungsstufe beim aktiven Fußballspielen und den Motiven bei FIFA.

**H0/7:** Es gibt keinen Zusammenhang zwischen der Leistungsstufe beim aktiven Fußballspielen und den Motiven bei FIFA.

Hier bestätigte sich für beinahe alle Faktoren die H0/7. Nur für die Subdimension „Ästhetik“ bestätigte sich die Hypothese. Je schlechter die angegebene Liga der Fußballerinnen und Fußballer desto eher wurden die Motive in dieser Kategorie als wichtiger eingestuft.

## 7 Schlussfolgerungen

Diese Arbeit hatte als Hauptziel herauszufinden, was die Triebfeder für Personen ist, die das Videospiel FIFA nutzen und ob das digitale Sportspiel auch einen Zusammenhang mit der aktiven Ausübung der ihm zugrunde liegenden Sportart Fußball aufweist. Dazu wurde zu Beginn folgende Forschungsfrage formuliert:

„Warum spielen Menschen das Computerspiel FIFA und besteht ein Zusammenhang mit der aktiven Ausübung von Fußball?“

Es wurde ein Fragebogen entwickelt, der herausfinden sollte, welche Motive FIFA-Spielerinnen und -Spieler haben und wie sie zu der Sportart Fußball stehen. Anfangs sollte ebenfalls herausgefunden werden, welche Personengruppen das Spiel nützen und wie sie darauf aufmerksam wurden. Ein Nebenziel war es, eventuelle gegenseitige Beeinflussungen der beiden Aktivitäten festzustellen und zu interpretieren.

Um die Motive zu erfragen wurde ein Itemkatalog erstellt, der sich, so weit als möglich, an das Berner Motiv- und Zielinventar im Freizeit- und Gesundheitssport (BMZI) anlehnen sollte. Jedoch stellte sich heraus, dass dieses nicht optimal für die Untersuchung der Nutzung von FIFA geeignet ist, da dieses zwar ein Sportspiel ist, jedoch immer noch ein Videospiel und das BMZI auf das Sporttreiben ausgelegt ist. Deshalb wurde versucht so viele Itemformulierungen wie möglich umzuformulieren und anzupassen. Die Kategorien „Fitness/Gesundheit“ und „Figur/Aussehen“ von Conzelmann et al. (2012, S. 6) wurden schon zu Beginn gänzlich herausgenommen, da sie als unpassend für das Videospielen angesehen wurden und keinen Sinn ergeben hätten. In der Kategorie „Ästhetik“ mussten alle Items umformuliert und für die Verwendung in Bezug auf das Spiel angepasst werden. Hier wurden die ästhetischen Aspekte von Bewegungen in digitaler Form und die gute Grafik in den Vordergrund gestellt. Es stellte sich bei der Faktorenanalyse heraus, dass es sinnvoll ist die Subdimensionen „Aktivierung/Freude“ und „Ablenkung/Katharsis“ zu „Erholung“ zusammenzufassen. Da diese Überlegung ohnehin auch bei der ursprünglichen Entwicklung diskutiert wurde, wurde dies letztendlich gemacht. Gegenteilige Ergebnisse lieferte die Faktorenanalyse beim Faktor „Kontakt“. Dieser sollte getrennt werden und so wurde aus „Kontakt im Sport/Spiel“ „Geselligkeit“ und aus „Kontakt durch Sport/das Spiel“ „Kennenlernen“. Da die BMZI-Motive zu einem großen Anteil nicht verwendet werden konnte, wurden eigene Formulierungen überlegt und ausprobiert. Schlussendlich ergaben sich dann folgende, finale 10 Subdimensionen: „Fußballbegeisterung“, „Geselligkeit“,

„Durchführbarkeit/Unabhängigkeit“, „Wettkampf/Leistung“, „Erholung“, „Ästhetik“, „Fähigkeiten/Fertigkeiten“, „Anerkennung/Selbstwert“, „Bequemlichkeit“ und „Kennenlernen“.

Es zeigte sich, dass vor allem die Vorliebe für die Sportart ein wichtiger Beweggrund für das Spielen von FIFA ist. Das Spiel wird also hauptsächlich um des Fußballs Willen selbst genutzt. Hier könnte die Identifikation mit dem Sport oder gewissen Fußballerinnen und Fußballern eine entscheidende Rolle spielen, auch wenn Items in Bezug auf Vorbilder bei den Motiven keine allzu großen Werte erzielten. Nach Sohnsmeier (2011, S. 40) ist nämlich die Identifikation mit den virtuellen Personen und den digitalen Erlebnissen ein Grund für das große Unterhaltungspotential für Computerspiele. Man kann sich in Situationen hineinversetzen und Erfahrungen sammeln, die man sonst nie machen würde. Der Umstand, dass die neuen Konsolen und Spiele sehr modern und daher äußerst realistisch sind, verstärkt diesen Effekt.

Der zweite wichtige Faktor ist die soziale Interaktion. Dies lässt sich auch in anderen Studien, wie zum Beispiel bei den Ausführungen von Böckl (2012, S. 77), nachweisen. Die meisten der hier Befragten gaben an, vor allem zu spielen, um dabei Freunde zu treffen. Hier wurde auch klar, warum es notwendig war den Faktor „Kontakt“ zu trennen, denn die Absicht, neue Bekanntschaften durch FIFA zu gewinnen hatten wenige. Das ist auch eher unwahrscheinlich, aber aufgrund der Online-Spielmodi wäre es durchaus möglich.

Als nächstes findet man auf Rang 3 die Spontaneität bei der Durchführung als Motivgruppe. Das Spiel ist einfach zu organisieren erfordert nur eine relativ kurze Vorbereitungszeit. Jedoch darf man dies nicht mit der Subdimension „Bequemlichkeit“ verwechseln. Diese findet man nämlich ganz am Ende der Reihung an vorletzter Stelle. Es ist also nicht so, dass FIFA von hauptsächlich von faulen Menschen gespielt wird, für die echter Sport nicht in Frage käme, und die es einfach lieben auf der Couch zu sitzen.

Auf Rang 4 kamen die wettkampforientierten Motive, welche auch bei der echten Sportart Fußball als wichtig anerkannt wurden (vgl. Rockenschaub, 2015, S. 72).

Bei den selbstformulierten Motiven gaben auch einige den simplen Grund an, dass es Spaß mache, wobei manche erwähnten, nicht wirklich explizite, zusätzliche Motive zu haben.

Dass das aktive Fußballspielen bzw. zumindest die Begeisterung für die Sportart und FIFA in engem Kontakt stehen, hat sich durch die Ergebnisse erwiesen. Zwei Drittel der Teilnehmerinnen und Teilnehmer spielen aktiv regelmäßig Fußball. Die für die Befragten

wichtigste Motivgruppe war mit der Affinität zu der weltweit äußerst beliebten Sportart verbunden und zumindest das Verfolgen von Matches scheint auch bei nicht-aktiven Spielerinnen und Spielern beliebt. Es ist nicht üblich, dass man über das Videospiel FIFA zur Sportart Fußball findet, der umgekehrte Weg ist jedoch sehr gängig. 97,2% der Fußballerinnen und Fußballer, die das Spiel nutzen, haben zuerst Fußball gespielt. Das verdeutlicht nochmal den Einfluss der Sportart und bestätigt die Wichtigkeit des Bezugs der Befragten dazu. FIFA ist also kein Anstoß und Motivator, um aktiv zu werden, jedoch ist Fußball und Fußballbegeisterung die wichtigste Tür in die FIFA-Welt.

Das Vorurteil, dass Bildschirmspiele faul machen und dafür sorgen, dass andere Freizeitaktivitäten oder Sport zu kurz kommen, konnte mit dieser Erhebung nicht bestätigt werden. Im Gegenteil: Motive, die sich auf die Gemütlichkeit der Ausübung von FIFA beziehen, wurden als unwichtig bewertet. Es ist zum Beispiel nicht zutreffend, dass das Videospiel beliebt ist, weil man sich – im Gegenteil zum wirklichen Ausüben der Sportart – nicht bewegen muss, und die Nutzerinnen und Nutzer dazu nicht raus müssen. Es zeigte sich, dass anderen Freizeitbeschäftigungen, wie Freunde treffen, durchaus beliebter sind und aufgrund von FIFA nicht zu kurz kommen. Auch sportliche Aktivität ist bei den Befragten beliebt und nimmt einen hohen Stellenwert ein. Die Ergebnisse der JIM-Studie 2015 (S. 9 ff.) bestätigen ebenfalls, dass traditionelle Aktivitäten nicht aussterben und vor allem die auch in dieser Arbeit erwähnten Hobbies „mit Freunden/Leuten treffen“, „Sport“ und „Familienunternehmungen“ an oberster Spitze der Skala stehen. Digitale Spiele nehmen laut der Studie einen untergeordneten Platz bei den Multimedia-Aktivitäten ein und finden sich weit hinter Smartphones, Internet, oder Fernsehen.

### **Ausblick**

Es ließe sich zu diesem Thema noch in viele Richtungen forschen. Zum Beispiel würde es sich anbieten, unterschiedliche Gruppen zu untersuchen. Man könnte sich auf verschiedene Voraussetzungen konzentrieren und die Arbeit dahingehend spezialisieren. Beispielsweise wäre es interessant, eine Studie auf weibliche FIFA-Spielerinnen auszulegen und eine größere Gruppe zu untersuchen. Auch eine Einteilung in gezielte Altersgruppen würde aus meiner Sicht Sinn ergeben. Man könnte Motive von überdurchschnittlich jungen Nutzerinnen und Nutzern mit denen von überdurchschnittlich alten Nutzerinnen und Nutzern vergleichen. Ebenso könnte man bei der Unterscheidung von aktiven Fußballerinnen und Fußballern tiefer ins Detail gehen.

Eine andere Sportart als Grundlage könnte ebenfalls interessant sein. So böten sich zum Beispiel die bei uns weniger weit verbreiteten Sportarten American Football, Eishockey oder Basketball mit den dazugehörigen digitalen Pendanten an, um in den Fokus genommen zu werden. Eine weitere Möglichkeit wäre auch vom Sport wegzugehen und Computerspiele allgemein zu betrachten. Hier würden sich Unterscheidungen in die verschiedenen Kategorien anbieten. Das Themenfeld ist also ein sehr breites, welches viel Platz für weitere und andere Forschungen bietet.

# Literaturverzeichnis

- Alfermann, D. & Stoll, O. (2007). *Sportpsychologie. In 12 Lektionen*. Aachen: Meyer & Meyer.
- Alfermann, D. & Stoll, O. (2010). *Sportpsychologie. Ein Lehrbuch in 12 Lektionen*. (3. Auflage). Aachen: Meyer & Meyer.
- Bakker, F. C., Whiting, H. T. A. & van der Burg, H. (1992). *Sportpsychologie. Grundlagen und Anwendungen*. Bern: Huber.
- Böckl, A. (2012). *Sport im Wohnzimmer – Motive zum digitalen, interaktiven Bewegen*. Wien: Universität Wien.
- Bortz, J. & Döring, N. (2002). *Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler*. (3. Auflage). Berlin: Springer.
- Brunstein, J. (2006). Implizite und explizite Motive. In J. Heckhausen & H. Heckhausen (Hrsg.), *Motivation und Handeln*. (S. 235-253). Heidelberg: Springer Medizin Verlag.
- Bühl, A. (2008). *SPSS 16. Einführung in die moderne Datenanalyse* (11. Aufl.). München: Pearson Studium.
- Computer Bild. (2013). *Rückblick: 20 Jahre FIFA-Serie*. Zugriff am 5. April 2016 unter <http://www.computerbild.de/fotos/Das-kickt-20-Jahre-Fifa-Serie-8205583.html#2>.
- Conzelmann, A., Lehnert, K., Schmid, J. & Sudeck, G. (2012). *Das Berner Motiv- und Zielinventar im Freizeit- und Gesundheitssport. Anleitung zur Bestimmung von Motivprofilen und motivbasierten Sporttypen*. Bern: Universität Bern, Institut für Sportwissenschaft.
- EA. (2016). *Über Electronic Arts*. Zugriff am 31. März 2016 unter <http://www.ea.com/de/about>.
- Entertainment Software Association. (2015). *Essential facts about the computer and video game industry*. Zugriff am 8. April 2016 unter <http://www.theesa.com/wp-content/uploads/2015/04/ESA-Essential-Facts-2015.pdf>.
- Erdmann, R. (1983). *Motive und Einstellungen im Sport. Ein Erklärungsansatz für die Sportpraxis*. Schorndorf: Hofmann.

- Freitag, D. (2009). *Faszinationselemente in Computerspielen. Erkenntnisse von Fachjournalisten und Wissenschaftlern im explorativen Vergleich*. Saarbrücken: VDM.
- Fritz, J. (2004). *Das Spiel verstehen. Eine Einführung in Theorie und Bedeutung*. Weinheim: Juventa.
- Gabler, H. (2002). *Motive im Sport. Motivationspsychologische Analysen und empirische Studien*. Schorndorf: Hofmann.
- Geyer, A. & Lewalter, U. (2013). *FIFA-Reihe: 20 Jahre großer Sport!*. Zugriff am 5. April 2016 unter <http://www.computerbild.de/artikel/cbs-News-PC-Fifa-Reihe-20-Jahre-Jubilaeum-8205662.html>.
- GIGA Games. (2010). *Electronic Arts – Ein Blick in die Entstehungsgeschichte*. Zugriff am 31. März 2016 unter <http://www.giga.de/unternehmen/electronic-arts/leserartikel/electronic-arts-ein-blick-in-die-entstehungsgeschichte/>.
- Heckhausen, J. & Heckhausen, H. (2006). *Motivation und Handeln*. (3. Auflage). Heidelberg: Springer Medizin Verlag.
- Hintersteiner, L. (2012). *Sportliche Identität und Motivation im österreichischen Amateurfußball - Ein geschlechterspezifischer Vergleich*. Wien: Universität Wien.
- Kreindl, C. (2015). *Motive im Triathlon. Eine quantitative Erhebung unter Triathleten und Triathletinnen in Österreich*. Wien: Universität Wien.
- Lehnert, K., Sudeck, G. & Conzelmann, A. (2011). BMZI – Berner Motiv- und Zielinventar im Freizeit- und Gesundheitssport. *Diagnostica*, 57 (3), S. 146-159.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. (2015). *JIM 2015 – Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland*. Zugriff am 11. April 2016 unter [http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf15/JIM\\_2015.pdf](http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf15/JIM_2015.pdf).
- Parr, R. (2006). *Fußball – eine kulturwissenschaftliche Auswahlbibliografie*. Heidelberg: Synchron Wissenschaftsverlag.
- Pfeiffer, A. & Wochenalt, A. (2011). *eSport – eine Analyse von kompetitiven digitalen Spielen*. Neckenmarkt: Novum.
- Puca, R. M., & Langens, T. H. (2008). Motivation. In J. H. Müsseler (Hrsg.), *Allgemeine Psychologie*. Berlin und Heidelberg: Springer.

- Rockenschaub, O. (2015). *Motivstrukturen im Fußball. Eine quantitative Erhebung unter Fußballspielern in Österreich*. Wien: Universität Wien.
- Sohnsmeyer, J. (2011). *Virtuelles Spiel und realer Sport. Über Transferpotenziale digitaler Sportspiele am Beispiel Tischtennis*. (Forum Sportwissenschaft, Band 21). Hamburg: Feldhaus.
- Statista. (2016). *Einzelhandelsabsatz der meistverkauften Computer- und Videospiele in Europa im Jahr 2015 (in Millionen Stück)*. Zugriff am 7. April 2016 unter <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/517927/umfrage/absatzzahlen-der-meistverkauften-videospiele-in-europa/>.
- Wiemeyer, J. (2009). Digitale Spiele. (K)ein Thema für die Sportwissenschaft?!. *Sportwissenschaft*, 39, 120-128.
- Wirtz, B. W. (2009). *Medien- und Internetmanagement* (6., überarbeitete Auflage). Wiesbaden: Gabler.

# Tabellenverzeichnis

TABELLE 1: <i>MARKTANTEILE NACH GENRE UND ART SPIELES (IN ANLEHNUNG AN ENTERTAINMENT SOFTWARE ASSOCIATION, 2015)</i> .....	6
TABELLE 2: <i>MOTIVE IM SPORT (GABLER, 2002, S. 17)</i> .....	17
TABELLE 3: <i>SUBDIMENSIONEN UND ITEMFORMULIERUNGEN DES BMZI (CONZELMANN ET AL., 2012, S. 6)</i> .....	18
TABELLE 4: <i>INTERNE KONSISTENZ DER 4 VORGESCHLAGENEN SUBSKALEN DES BMZI (14 ITEMS)</i> .....	34
TABELLE 5: <i>GESCHLECHTSVERTEILUNG DER BEFRAGTEN (N=213)</i> .....	41
TABELLE 6: <i>ALTERSVERTEILUNG DER BEFRAGTEN (N=213)</i> .....	41
TABELLE 7: <i>BILDUNGSGRAD DER BEFRAGTEN (N=213)</i> .....	42
TABELLE 8: <i>WOHNORTE DER BEFRAGTEN (N=213)</i> .....	43
TABELLE 9: <i>SPIELJAHRE DER BEFRAGTEN (N=213)</i> .....	44
TABELLE 10: <i>HÄUFIGKEIT DER AUSFÜHRUNG DER BEFRAGTEN (N=213)</i> .....	44
TABELLE 11: <i>SPIELBESITZ DER BEFRAGTEN (N=213)</i> .....	45
TABELLE 12: <i>ART DER NUTZUNG DER BEFRAGTEN (N=213)</i> .....	46
TABELLE 13: <i>FÄHIGKEITSNIVEAU DER BEFRAGTEN (N=213)</i> .....	47
TABELLE 14: <i>ERSTKONTAKT DER BEFRAGTEN (N=714)</i> .....	47
TABELLE 15: <i>AUSÜBUNG ANDERER SPIELE (N=213)</i> .....	49
TABELLE 16: <i>AKTIVES FUßBALLSPIELEN DER BEFRAGTEN (N=213)</i> .....	49
TABELLE 17: <i>HÄUFIGKEIT DES AKTIVEN FUßBALLSPIELENS DER BEFRAGTEN (N=141)</i> .....	50
TABELLE 18: <i>VEREINSMITGLIEDSCHAFT DER AKTIVEN FUßBALLERINNEN UND FUßBALLER (N=141)</i> .....	50
TABELLE 19: <i>LIGA/LEISTUNGSSTUFE DER VEREINSSPIELERINNEN UND VEREINSSPIELER (N=87)</i> .....	51
TABELLE 20: <i>WOMIT DIE BEFRAGTEN FRÜHER BEGONNEN HABEN (N=141)</i> .....	51
TABELLE 21: <i>MOTIVE BEIM FUßBALL (GEREiht NACH MW, N=141)</i> .....	52
TABELLE 22: <i>WICHTIGKEIT VON AKTIVITÄTEN (N=213)</i> .....	53
TABELLE 23: <i>MOTIVE BEIM FIFA (GEREiht NACH MW, N=213)</i> .....	54
TABELLE 24: <i>MITTELWERTE DER SUBSKALEN DER MOTIVE BEIM FIFA (GEREiht NACH MW, N=213)</i> .....	58
TABELLE 25: <i>ERGEBNISSE UNTERSCHIEDSBERECHNUNG HINSICHTLICH MOTIVEN UND GESCHLECHT (N=213)</i> .....	61
TABELLE 26: <i>ERGEBNISSE UNTERSCHIEDSBERECHNUNG HINSICHTLICH MOTIVEN UND AKTIVER ODER NICHT AKTIVER FUßBALLAUSÜBUNG (N=213)</i> .....	62
TABELLE 27: <i>ERGEBNISSE DER ZUSAMMENHANGSUNTERSUCHUNG HINSICHTLICH MOTIVEN UND ALTER (N=213)</i> .....	64
TABELLE 28: <i>ERGEBNISSE DER ZUSAMMENHANGSUNTERSUCHUNG HINSICHTLICH MOTIVEN UND HÄUFIGKEIT DER NUTZUNG VON FIFA (N=213)</i> .....	65
TABELLE 29: <i>ERGEBNISSE DER ZUSAMMENHANGSUNTERSUCHUNG HINSICHTLICH MOTIVEN UND DES AKTIVE FUßBALLSPIELENS (N=141)</i> .....	66
TABELLE 30: <i>ERGEBNISSE DER ZUSAMMENHANGSUNTERSUCHUNG HINSICHTLICH MOTIVEN UND FIFA-SPIELFÄHIGKEITEN (N=213)</i> .....	67
TABELLE 31: <i>ERGEBNISSE DER ZUSAMMENHANGSUNTERSUCHUNG HINSICHTLICH MOTIVEN UND FUßBALL-LEISTUNGSSTUFE (N=87)</i> .....	68
TABELLE 32: <i>UNTERSCHIEDE BEI DEN RELEVANTEN SUBDIMENSIONEN HINSICHTLICH GESCHLECHTS (N=213)</i> .....	79

TABELLE 33: *UNTERSCHIEDE BEI DEN RELEVANTEN SUBDIMENSIONEN HINSICHTLICH AKTIVEN FUßBALLSPIELENS*  
*(N=213)* .....80

# Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG 1: <i>EINTEILUNG DIGITALER SPIELE</i> .....	5
ABBILDUNG 2: VEREINFACHUNG VOM „ <i>ÜBERBLICKMODELL ZU DETERMINANTEN UND VERLAUF MOTIVIERTEN HANDELNS</i> “ (IN ANLEHNUNG AN HECKENHAUSEN & HECKENHAUSEN, 2006, S. 3) .....	14

# Fragebogen

## Motive beim FIFA-Computerspiel

Liebe FIFA-Spielerinnen und FIFA-Spieler!

Im Rahmen meiner Diplomarbeit beschäftige ich mich mit dem Thema „Motive beim FIFA-Computerspiel“.

Ich möchte dabei herausfinden, was Menschen dazu bewegt, FIFA zu spielen und welche Motive für die Ausübung dieses Videospieles verantwortlich sind.

Ziel ist es, Erkenntnisse über die Situation zu gewinnen und diese möglicherweise als Grundlage für zukünftige Initiativen nutzen zu können.

Da es hierbei um deine persönliche Meinung geht, gibt es keine richtigen oder falschen Antworten. Ebenso werden die Daten anonym und stets vertraulich behandelt. Ich bitte dich daher um offene und ehrliche Antworten, sodass eine verlässliche Auswertung und ein repräsentatives Ergebnis erzielt werden können. Bitte nimm dir auch die Zeit, um den Fragebogen vollständig auszufüllen.

Für die Teilnahme an der Umfrage ist es egal, wie lange oder wie oft du FIFA spielst. Einzige Voraussetzung ist, dass du FIFA spielst.

Nach Beendigung des Fragebogens hast du die Möglichkeit, deine E-mail-Adresse anzugeben. Diese wird getrennt vom Fragebogen gespeichert (d.h. es können keine Rückschlüsse auf die Antworten gezogen werden) und dient dazu, dir die Ergebnisse der Studie zukommen zu lassen.

Bei Fragen kannst du mich gerne per Mail kontaktieren: [forschung.sportpsychologie@univie.ac.at](mailto:forschung.sportpsychologie@univie.ac.at)

Dauer für diesen Fragebogen: ca. 20 min

Vielen Dank für deine Mithilfe!

Mit dem Klicken auf „Weiter“, erkläre ich meine freiwillige Teilnahme an der Studie und mein Einverständnis, dass die Daten für wissenschaftliche Zwecke anonym genutzt werden können.

Diese Umfrage enthält 32 Fragen.

## **Persönliche Daten**

### **[[Geschlecht \***

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- weiblich
- männlich

### **[[Alter (...in Jahren) \***

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

- 

### **[[Welche ist deine höchste abgeschlossene Ausbildung? \***

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Pflichtschule
- Lehre
- Berufsbildende Schule ohne Matura
- Berufsbildende Schule mit Matura (HAK, HTL, HBLA,...)
- Allgemeinbildende höhere Schule
- Fachhochschule
- Universität
- noch SchülerIn
- Sonstiges

### **[[Wo lebst du? \***

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Deutschland
- Österreich
- Schweiz
- Sonstiges

### **[[In welchem Bundesland lebst du? \***

**Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:**

Antwort war 'Österreich' bei Frage '4 [P4\_] (Wo lebst du?)

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Burgenland
- Kärnten
- Niederösterreich
- Oberösterreich
- Salzburg
- Steiermark
- Tirol
- Vorarlberg
- Wien

## **Einstieg FIFA**

**[[Wie viele Jahre spielst du schon FIFA? \***

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

- 

**[[Wie oft spielst du durchschnittlich FIFA? \***

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- 5 mal pro Woche oder öfter
- 3-4 mal pro Woche
- 1-2 mal pro Woche
- Weniger als einmal pro Woche

**[[Besitzt du das Spiel selbst? \***

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Ja
- Nein

**[[Kaufst du dir immer die aktuelle Version? \***

**Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:**

Antwort war 'Ja' bei Frage '8 [F13\_]' (Besitzt du das Spiel selbst?)

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Ja
- Nein

**[[Wenn du FIFA zu spielen beginnst, wie viele Stunden spielst du dann durchschnittlich? \***

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

**[[Ich spiele FIFA hauptsächlich... \***

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ...alleine
- ...mit Freunden

**[[Wie würdest du deine Spielfähigkeiten einschätzen? \***

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Anfänger
- grundlegende Fähigkeiten
- fortgeschrittene Fähigkeiten
- Experte

**[[Wie bist du auf das Spiel FIFA aufmerksam geworden? \***

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- Freunde/Bekannte
- Familie
- Schule/Universität
- Werbung
- Sonstiges:

**[[Spielst du auch andere Computerspiele? \***

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Ja
- Nur selten
- Nein

**[[Welche? \***

**Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:**  
Antwort war 'Ja' bei Frage '14 [FI8\_]' (Spielst du auch andere Computerspiele?)

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

## Motive bei FIFA

[[Als Kernstück der Studie möchten wir herausfinden, welche Motive dafür verantwortlich sind, dass du FIFA spielst. Kreuze an, inwieweit die folgenden Aussagen auf dich zutreffen.

Ich spiele FIFA... \*

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	1 = trifft gar nicht zu	2	3	4	5 = trifft völlig zu
...um mit anderen gesellig zusammen zu sein.					
...um etwas in einer Gruppe zu unternehmen.					
...um dabei Freunde/Bekannte zu treffen.					
...um dadurch neue Menschen kennen zu lernen.					
...um durch das Spiel neue Freunde zu gewinnen.					
...um Ärger und Gereiztheit abzubauen.					
...weil ich mich so von anderen Problemen ablenke.					
...um Stress abzubauen.					
...um meine Gedanken im Kopf zu ordnen.					
...um abzuschalten.					
...um meine Stimmung zu verbessern.					
...um mich zu entspannen.					
...um neue Energie zu tanken.					
...vor allem aus Freude an Computerspielen.					
...um während der Ausübung Glücksgefühle zu					

**1 = trifft  
gar nicht  
zu**

**2**

**3**

**4**

**5 = trifft  
völlig zu**

**verspüren.**

**...weil ich im Wett-  
kampf aufblühe.**

**...wegen des Nervenkit-  
zels.**

**...um mich mit ande-  
ren/Freunden zu mes-  
sen.**

**...um besser zu werden.**

**...um in eine höhere  
Liga aufzusteigen oder  
Titel zu gewinnen.**

**...um im Karrieremodus  
oder bei Ultimate Team  
die beste Mannschaft  
zusammenzustellen.**

**...weil es mir Freude  
bereitet, die Schönheit  
der menschlichen Be-  
wegung im Spiel zu er-  
leben.**

**...weil mir das Spiel die  
Möglichkeit für schöne  
Bewegungen, Spielzüge  
oder Tore bietet.**

**...weil es so realistisch  
ist.**

**...weil ich es alleine spie-  
len kann.**

**...weil ich es bei jedem  
Wetter spielen kann.**

**...weil ich es spontan  
ausüben kann.**

**...weil ich es zu Hause  
spielen kann.**

**...weil ich dazu nicht  
raus muss.**

**...weil es nicht körper-  
lich anstrengend ist.**

**...weil ich mich dabei  
nicht bewegen muss.**

**...weil es wenig Zeit be-  
anspruchht.**

	1 = trifft gar nicht zu	2	3	4	5 = trifft völlig zu
<b>...weil ich es ohne großen Aufwand oder spezielle Vorbereitungen spielen kann.</b>					
<b>...weil ich aktiv nicht gut Fußball spiele.</b>					
<b>...weil ich virtuell Bewegungen und Tore machen kann, die ich in echt nicht schaffe.</b>					
<b>...weil ich mit meinen Idolen und Lieblingsteams spielen kann.</b>					
<b>...weil ich in die Rolle eines Trainers oder Managers schlüpfen kann.</b>					
<b>...weil ich auch aktiv gerne Fußball spiele.</b>					
<b>...weil mich die Sportart Fußball fasziniert.</b>					
<b>...um Ideen für Tricks oder Spielzüge zu sammeln, die ich aktiv am Platz umsetzen kann.</b>					
<b>...um mich taktisch für das aktive Spielen zu verbessern.</b>					
<b>...um meine Konzentrationsfähigkeit zu schulen.</b>					
<b>...um meine kognitiven Fähigkeiten zu stärken.</b>					
<b>...um die Feinmotorik meiner Hände zu verbessern.</b>					
<b>...um Komplimente von anderen zu bekommen.</b>					
<b>...weil ich dadurch Anerkennung bekommen.</b>					
<b>...um mein Selbstwertgefühl zu verbessern.</b>					
<b>...um auf mich selbst</b>					

**1 = trifft  
gar nicht  
zu**

**2**

**3**

**4**

**5 = trifft  
völlig zu**

**stolz sein zu können.**

**[]Gibt es für dich auch andere Motive, die in der obigen Liste nicht angeführt waren?**

**\***

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Ja
- Nein

**[]Welche? \***

**Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:**

Antwort war 'Ja' bei Frage '17 [FI10\_] (Gibt es für dich auch andere Motive, die in der obigen Liste nicht angeführt waren?)

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

# Fußball Hintergrund

## **[[Spielst du auch regelmäßig aktiv Fußball? \***

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Ja
- Nein

## **[[Spielst du in einem Verein? \***

**Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:**

Antwort war 'Ja' bei Frage '19 [FU1\_]' (Spielst du auch regelmäßig aktiv Fußball?)

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Ja
- Nein

## **[[In welcher Liga/Leistungsstufe spielst du? \***

**Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:**

Antwort war 'Ja' bei Frage '20 [FU2\_]' (Spielst du in einem Verein?)

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Profiligen/Regionalligen
- Landesligen/Oberligen
- Unterklassigen Liga/Hobbyligen

## **[[Wie oft pro Woche spielst du aktiv Fußball? \***

**Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:**

Antwort war 'Ja' bei Frage '19 [FU1\_]' (Spielst du auch regelmäßig aktiv Fußball?)

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- 5 mal pro Woche oder öfter
- 3-4 mal pro Woche
- 1-2 mal pro Woche
- Weniger als einmal pro Woche

**Bitte kreuze die auf dich zutreffendsten Antworten an!**

**Ich spiele Fußball... \***

**Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:**

Antwort war 'Ja' bei Frage '19 [FU1\_] (Spielst du auch regelmäßig aktiv Fußball?)

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	<b>1 = trifft gar nicht zu</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5 = trifft völlig zu</b>
<b>...wegen der Herausforderung und des Wett- kampfs.</b>					
<b>...um mich zu verbessern.</b>					
<b>...um fit zu sein.</b>					
<b>...weil mir die Bewegung Freu- de macht.</b>					
<b>...um dabei mei- ne Freunde zu treffen.</b>					
<b>...um neue Men- schen kennen zu lernen.</b>					
<b>...um Stress und Gereiztheit ab- zubauen.</b>					
<b>...um Selbstbestä- tigung zu erfah- ren und mich zu präsentieren.</b>					
<b>...wegen meiner Figur.</b>					
<b>...weil ich die Sportart attrak- tiv finde.</b>					
<b>...weil mich ein bestimmter Sportler beein- druckt und ich so spielen können möchte wie mein Vorbild.</b>					

# Vergleich Fußball - FIFA

**[]Womit hast du früher begonnen? \***

**Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:**

Antwort war 'Ja' bei Frage '19 [FU1\_] (Spielst du auch regelmäßig aktiv Fußball?)

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Fußball spielen
- FIFA spielen

**Bitte bewerte wie wichtig dir die einzelnen Aspekte/Bereiche in deinem Leben sind.**

**nicht wichtig = 1 .....10 = außerordentlich wichtig**

Bitte geben Sie Ihre Antwort(en) hier ein:

- Politik
- Beruf/Schule/Studium
- Freunde/Bekannte
- Glaube/Religion
- Fußball spielen
- Fußball schauen
- Kunst/Kultur/Musik

- Computerspiele
- FIFA
- Familie/Verwandtschaft
- Andere Sportarten

**[ ] Bitte kreuze an, inwieweit die Folgenden Aussagen auf dich zutreffen! \***

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	<b>1 = trifft gar nicht zu</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5 = trifft völlig zu</b>
<b>Ich hätte lieber mehr Zeit um Fußball zu spielen.</b>					
<b>Ich hätte lieber mehr Zeit um FIFA zu spielen.</b>					
<b>Ich denke auch an FIFA, wenn ich ge- rade nicht spiele.</b>					
<b>Ich spiele lieber aktiv Fußball als FIFA.</b>					
<b>Ich betreibe lieber aktiv Sport als FIFA zu spielen.</b>					
<b>Wenn ich FIFA spie- le, bekomme ich Lust selbst Fußball zu spielen.</b>					
<b>Manchmal versuche ich in echt Tricks/Schüsse/Pässe, die ich bei FIFA ge- schafft habe.</b>					
<b>Ich schau mir lieber ein gutes, echtes Fußballspiel an als</b>					

**1 = trifft  
gar nicht zu**

**2**

**3**

**4**

**5 = trifft  
völlig zu**

**FIFA zu spielen.  
FIFA lenkt mich vom  
Lernen oder anderen  
Pflichten ab.  
Für FIFA verzichte  
ich auf andere Frei-  
zeitaktivitäten.**

## **andere Sportarten**

**[]Betreibst du andere Sportarten regelmäßig? \***

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Ja
- Nein

**[]Welche? \***

**Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:**

Antwort war 'Ja' bei Frage '27 [S1\_]' (Betreibst du andere Sportarten regelmäßig?)

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

# Feedback

**[[Möchtest du zu diesem Thema oder zum Fragebogen noch irgendeinen Kommentar abgeben?**

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

**[[Wie verständlich war der Fragebogen für dich?**

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	<b>1 = gar nicht verständlich</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5 = völlig verständlich</b>
<b>Der Fragebogen war...</b>					

**[[Wie lange war für dich der Fragebogen?**

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	<b>1 = zu kurz</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5 = zu lange</b>
<b>Der Fragebogen war...</b>					

**[[Wie hast du von der Umfrage gehört?**

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

Vielen Dank für deine Mithilfe!