

### "You have a Farmville gift request" - Thesen zum Erfolg von Social Casual Gaming auf Facebook

Kinder, Katharina E.

Veröffentlichungsversion / Published Version  
Zeitschriftenartikel / journal article

#### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kinder, Katharina E.: "You have a Farmville gift request" - Thesen zum Erfolg von Social Casual Gaming auf Facebook. In: *kommunikation @ gesellschaft* 13 (2012), Sonderausgabe, 19 pages. URN: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0228-201213072>

#### Nutzungsbedingungen:

*Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.*

*Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.*

#### Terms of use:

*This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.*

*By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.*

# „You have a Farmville gift request“ – Thesen zum Erfolg von Social Casual Gaming auf Facebook

Katharina E. Kinder (Lancaster)

## Zusammenfassung

Farmville ist eines der beliebtesten Spiele auf Facebook und hat durch seinen Erfolg das Phänomen des ‚Social Casual Gaming‘ in den Blickpunkt des Interesses gerückt. Die verschiedenen Erklärungsansätze zum Erfolg von Farmville behandeln im Wesentlichen die drei Aspekte *soziale Beziehungen*, *Spielerfahrung* und ‚Casual Gaming‘. Der folgende Beitrag fasst die Begründungen zum Erfolg von Farmville in der Literatur in Form von zehn Thesen zusammen und beleuchtet diese kritisch. Er zeigt zudem die Lücken bisheriger Forschung in Bezug auf die Beachtung der Perspektive der Nutzerinnen und Nutzer auf. Es wird so der zukünftigen Erforschung des Phänomens Farmville und Social Casual Gaming eine theoretische Grundlage zur Verfügung gestellt. Die bisherigen Erklärungsmodelle gehen davon aus, dass Spiele wie Farmville die Aufrechterhaltung sozialer Interaktionen erfordern und so als Fokuspunkte des Interesses und Zusammenkommens neuartiger ‚Stämme‘ im Internet dienen. Gleichzeitig ermöglichen die Spiele – durch geschickte Designstrategien beförderte – kurzfristige Erlebnisse der eigenen Selbstwirksamkeit und ein unkompliziertes Eingliedern des Spielens ‚nebenher‘ in den Alltag der Nutzenden. Der Tatsache, dass aus den Nutzungsstatistiken hervorgeht, dass die größte Gruppe der Spieler von Farmville weiblich und im Alter über 35 Jahren ist, ist in dieser Theoretisierung wenig beachtet worden. Gerade eine Betrachtung des Nutzungsalltags dieser Spielerinnen könnte jedoch erklären, welche Aspekte der Ermöglichung sozialer Beziehungen, des Spielerlebens und des Spielens ‚nebenher‘ Social Casual Games so attraktiv machen.

## Abstract

Farmville is one of the most popular games on Facebook and its success has moved ‚social casual gaming‘ into the focus of interest. The various attempts within the literature to explain Farmville's success mainly focus on the three aspects of *sociality*, *play experience* and *casual gaming*. The following contribution summarizes and critically discusses these explanations in the form of ten proposed theses. Current gaps within research regarding the users' viewpoint are identified. A theoretical basis is developed that is intended to serve as a foundation for future research of Farmville and social casual gaming. Existing explanatory models assume that games such as Farmville require the maintenance of social relationships and thus serve as focal points for gathering the new ‚tribes‘ in the internet. At the same time the games enable – through clever design strategies – short term experiences of self efficacy and an uncomplicated integration of casual gaming into everyday life. Within these theories it has gained little recognition that user statistics show the largest group of Farmville players to be women over the age of 35. It is, however, exactly a look at the everyday circumstances of use for these women that could explain which aspects of enabling social relations, providing a play experience and facilitating casual gaming make social casual games so attractive.

## 1 Einleitung

Farmville ist ein Spiel auf Facebook, das im Mai 2011 weltweit 47 Millionen Menschen gespielt haben (Glasser 2011). Wie bei allen Spielen auf Facebook handelt es sich bei Farmville um eine Anwendung eines externen Betreibers, in diesem Fall einer amerikanischen Firma namens Zynga, die über Farmville und andere Spiele bekannt wurde.<sup>1</sup> In Farmville baut die Nutzerin<sup>2</sup> ihre eigene Farm, sie kann Gemüse oder Blumen anpflanzen und ernten, Tiere halten und die Farm durch Bäume, Häuser und zahllose andere Elemente verschönern und gestalten. Neben anderen Spielen wie etwa Mafia Wars, Cityville oder Texas Hold'Em ist Farmville nur eine von vielen Spieleanwendungen auf Facebook. Das Spiel hat jedoch dadurch einen besonders hohen Bekanntheitsgrad erreicht, dass der individuelle News-Stream auf Facebook, der sich inzwischen dynamischer den Interessen der jeweiligen Nutzerin anpasst, lange Zeit nur eingeschränkt bearbeitbar war. Ein großer Teil sowohl der schnellen und unerwarteten Akzeptanz als auch der gleichzeitigen entschiedenen Ablehnung von Farmville bei den diversen Facebook-Nutzerinnen und Nutzern kann sicher auf die hohe Sichtbarkeit häufig aus dem Kontext gerissener und damit unangebrachter Farmville-Posts zurückgeführt werden, die automatisch generiert und flächendeckend an alle Facebook-Kontakte verschickt wurden. Farmville, ein Spiel, das sich um comicartige Schafe, niedliche Hundewelpen und Blumendekorationen dreht, hat extrem widersprüchliche Einschätzungen hervorgerufen; es wurde als „sociopathic application“ (Liszkiewicz 2010) beschimpft und als „breathtaking event for the entire games industry“ (Glasser 2011) gefeiert. Unklar bleibt jedoch, warum Farmville so erfolgreich geworden ist und aus welchem Grund es so viele unterschiedliche Spielerinnen und Spieler fasziniert.

## 2 Social Casual Gaming auf Facebook

Der Erfolg von Spielen auf Facebook hat das Phänomen des Spielens in sozialen Netzwerken im Internet und gleichzeitig die zunehmende Bedeutung von sogenannten ‚Casual Games‘ – im Deutschen oft ‚Spiele für Zwischendurch‘ genannt – in den Blickpunkt der Öffentlichkeit und des Interesses gerückt (Williams 2006; Di Loreto et al. 2010). Häufig ist die Grenze zwischen ‚Social Casual Game‘, ‚Casual Game‘ und anderen Spielen nur schwer zu ziehen und zudem werden die Begriffe auch oft unterschiedlich verwendet (Kuittinen et al. 2007). Beiden Termini gemein ist jedoch, dass sie auf die Beobachtung verweisen, dass Spielen am Computer zum einen nicht mehr als Domäne junger männlicher Spieler angesehen wird (ob diese Spielergruppe je so dominant war, wie oft angenommen, sei dabei dahingestellt) und dass zum anderen eine neue Art von Spielen, welche zumindest auf den ersten Blick weniger komplex wirken, große Aufmerksamkeit erfährt.

Dieser Text soll einige theoretische Grundlagen klären, um der empirischen Betrachtung des Phänomens ‚Social Casual Gaming‘ ein Fundament zu bieten. Ziel ist es, einen Beitrag zur

---

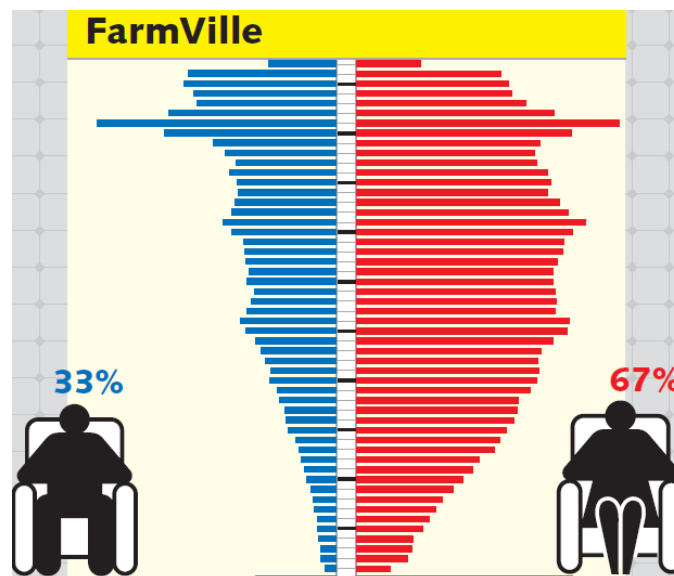
<sup>1</sup> Im Februar 2011 wurde der Wert von Zynga auf neun Milliarden Dollar geschätzt. Siehe: <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/internet-spiel-farmville-milliarden-fuer-den-online-kuhstall-1.1059859> [Zugriff: 31.8.2011]

<sup>2</sup> Da die Mehrzahl der Nutzer von Farmville weiblich ist, wird im Folgenden die weibliche Form ‚Spielerin‘ und ‚Nutzerin‘ verwendet, außer wenn ausdrücklich männliche Nutzergruppen angesprochen werden.

Beantwortung der Frage zu leisten, warum Farmville als ein Beispiel für ein Social Casual Game auf Facebook so erfolgreich ist. Um der Beantwortung dieser Frage näher zu kommen, wurden verschiedene Texte betrachtet und die in ihnen enthaltenen Antworten in zehn Thesen zusammengefasst, die hier erläutert werden sollen. Ich beziehe mich dabei auf sozial- oder kulturwissenschaftlich motivierte Literatur zum Phänomen Farmville (z.B. Rao 2008; Di Loreto et al. 2010; Liszkiewicz 2010), auf die Literatur zu Social und Casual Gaming (z.B. Kuittinen et al. 2007) und in Ansätzen auf die Literatur zu Spiel und spielerischen Räumen in Computer und Internet (z.B. Kinder 2007; Giddings 2009). Diesen wissenschaftlichen Betrachtungen werden die Darstellungen und Erklärungsansätze der Casual Gaming Entwickler- und Betreiber-Community, die den Erfolg von Farmville analysieren, beigelegt. Dies dient gleichzeitig dazu, einen aktuellen Stand der Diskussion um Social Casual Gaming und die Kenntnis neuer Entwicklungen sicherzustellen (z.B. Rohrl 2010 2011; Tellermann 2010; Nutt 2010).

Die Spielerinnen selbst sind bisher kaum zum Gegenstand von Untersuchungen geworden und sind auch wenig zu Wort gekommen. Die hier vertretene These ist es, dass es jedoch gerade die Betrachtung der Nutzergruppen und des Alltags der Spielerinnen ist, die die Frage danach, warum Farmville als Beispiel für ein Social Casual Game so erfolgreich ist, beantworten kann. Betrachtet man die Nutzungsstatistiken von Farmville, werden drei Faktoren besonders auffällig.

**Abb. 1: Farmville NutzerInnen nach Geschlecht und Alter (13 Jahre (oben) bis +65 Jahre (unten)).**



Quelle: Berry 2010, S. 20.

*Erstens:* Farmville ist eines der beliebtesten Facebook-Spiele. Zwar hat im Mai 2011 Cityville, ein weiteres Spiel der Firma Zynga, Farmville auf Platz zwei der Tabellen sowohl der täglich aktiven als auch der monatlich aktiven Nutzerinnen verdrängt. Dennoch betrug die Anzahl der im Monat Mai bei Farmville aktiven Spielerinnen fast 47 Millionen (Glasser 2011). Damit ist es den Betreibern gelungen, aus dem Anfangserfolg des Vorjahres (im Februar 2010 betrug die Anzahl der Nutzerinnen 80 Millionen) entgegen anderslautender

Vorhersagen Farmville zu einer über einen längeren Zeitraum erfolgreichen Spielanwendung zu machen.

*Zweitens:* Die Mehrzahl der Spielenden ist weiblich (im Winter 2010 waren es 67%; vergleiche Abb. 1). Bezogen auf Geschlecht und Alter folgt die Statistik dabei den typischen Nutzungsmustern für Casual Games (Berry 2010). Demographisch sprechen Casual Games zwar tatsächlich eine Vielzahl von verschiedenen Gruppen an, die größte Gruppe besteht jedoch aus Frauen über 35 (Kuittinen et al. 2007). Oft wird behauptet, „the average female social gamer is a 43-year-old woman who plays more frequently than men” (Tellermann 2010; c.f. Farooqui 2010).

*Drittens:* Obwohl Casual Gaming oft in Opposition zu ‚Hardcore‘ Gaming gesehen wird, verbringen viele Casual Game Fans lange Zeitintervalle mit dem Spielen und kehren häufig zum Spiel zurück. So zeigte eine Nielsen Studie bereits 2009, dass Casual Gamers nur halb so lange spielten wie „Hardcore Gamers”, jedoch im Durchschnitt immer noch 31 Minuten pro Sitzung.<sup>3</sup> Aktuellere Untersuchungen zum Casual Game „Angry Birds” haben gezeigt, dass Spielerinnen und Spieler pro Tag etwa genauso viel Zeit darauf verwenden wie auf Fernsehserien.<sup>4</sup> Gerade Early Adopters verbringen einen Großteil ihrer Freizeit mit dem Spielen von Casual Games und tragen dann als Botschafterinnen in ihren Netzwerken und als Expertinnen für das Spiel zum weiteren und andauernden Erfolg des Spiels bei (Tellermann 2010).

Diese drei Beobachtungen lassen sich teilweise aus den im Folgenden genannten Thesen zum Erfolg von Farmville erklären. Zum Teil haben die Autoren sie auch bereits in ihren Analysen betrachtet. Zur Frage nach dem Erfolg von Farmville ergeben sich jedoch auch Widersprüche und Lücken im Erkenntnisstand. Es soll im Folgenden daher darum gehen, einige Grundlagen – auch als Basis für zukünftige Forschung – zur Beantwortung der Frage bereitzustellen, was so faszinierend an Facebook-Spielen ist. Warum funktioniert Farmville als Beispiel für ein Social Casual Game so gut? Um diese Frage zu beantworten sollen genau die drei Eigenschaften von Farmville diskutiert werden, die es in der Landschaft der Computerspiele auszeichnen, und die auch in in der Literatur Beachtung gefunden haben, nämlich der Fokus auf *soziale* Beziehungen und Kooperation, die spezifische Art des *Spiel*-Erlebens und die Tatsache, dass Farmville als ein „Casual Game” gilt. Es geht also um das Spielen eines *Social Casual Games*. Für jeden der drei im Folgenden behandelten Punkte sollen die in der Literatur vorgefundenen Thesen zum Erfolg von Farmville diskutiert und leitfadentartige Fragestellungen und Problemansätze für eine empirische Betrachtung des Alltags der Nutzerinnen definiert werden.

---

<sup>3</sup> Vgl. <http://blog.nielsen.com/nielsenwire/consumer/report-americans-serious-about-casual-game-play> [Zugriff: 31.08.2011]

<sup>4</sup> Vgl. <http://www.telegraph.co.uk/technology/video-games/8303173/Angry-Birds-the-story-behind-iPhones-gaming-phenomenon.html> [Zugriff: 31.08.2011]

### 3 Soziale Beziehungen in Farmville

#### **These 1: Farmville ist erfolgreich aufgrund eines „Zwangs“ zur sozialen Interaktion**

Oft wird der Erfolg von Farmville auf dessen erfolgreiche Integration bereits existierender sozialer Beziehungen innerhalb des Facebook-Netzwerkes zurückgeführt. Farmville weist, wie viele andere Social Casual Games, eine Kombination von mit Freundinnen geteilten und von allein durchgeführten Interaktionen mit dem Spiel auf (Di Loreto et al. 2010). Spielfläche und Interaktionsmöglichkeiten bestehen dabei sowohl aus Elementen, die für andere, als auch aus Elementen, die nur individuell zugänglich sind. Eine Begründung für den Erfolg von Farmville liegt darin, dass Spielerinnen, um im Spiel bestimmte Fortschritte zu erzielen, soziale Beziehungen in der Form von Nachbarschaftsnetzwerken aufbauen und erhalten müssen. So ist es zwar möglich, Farmville ohne Mitspielerinnen (oder ‚Nachbarinnen‘) zu spielen, die Spielfunktionalität ist in diesem Fall jedoch spürbar eingeschränkt. Die meisten Elemente wie etwa Tiere, Bäume und besondere Sammelgegenstände können zwar mit Farmville-Geld gekauft werden, sind jedoch sehr teuer; sie können aber täglich umsonst an andere verschenkt werden. Dieses Verschenken findet in Form einer Geschenkanfrage statt, die die Beschenkte erhält, nicht unbedingt beantworten muss, aber auch nicht verhindern kann.<sup>5</sup> Der Fortschritt im Spiel beruht damit sowohl darauf, Verwaltungsarbeiten auf der eigenen und benachbarten Farmen zu verrichten, als auch darauf, als Gegenleistung für erbrachte Geschenke von den Mitspielerinnen beschenkt zu werden. Zudem ist die Spielerin auf Nachbarinnen angewiesen, um andere Fortschritte im Spiel zu erzielen, wie etwa das Farmgrundstück zu vergrößern. Die erste These ist damit, dass Farmville deshalb erfolgreich ist, weil Spielerinnen ihr soziales Umfeld dazu ermuntern, ebenfalls Farmville zu spielen, um die Anzahl ihrer Nachbarinnen zu vergrößern (Liszkiewicz 2010; Rohrl 2011). Diese These erklärt zwar, warum Farmville sich so schnell verbreitet hat, jedoch nicht, warum Spielerinnen immer wieder zum Spiel zurückkehren, und beleuchtet nicht, was am Spiel selbst es ist, das sie begeistert.

#### **These 2: Farmville ist erfolgreich aufgrund der Aufforderung zur sozialen Reziprozität**

Farmville baut also auf bereits existierenden Beziehungen im sozialen Netzwerk Facebook auf. In dieser Beobachtung liegt eine zweite Antwort auf die Frage nach dem Erfolg von Farmville begründet: Farmville ist deswegen erfolgreich, weil es die Spielerin in ein Netz sozialer Verpflichtungen verwickelt:

„When users log into Facebook, they are reminded that their neighbors have sent them gifts, posted bonuses on their walls, and helped with each others' farms. In turn, they are obligated to return the courtesies. (...) It is rude to refuse a gift, and ruder still to not return the kindness. We play Farmville, then, because we are trying to be good to one another. We play Farmville because we are polite, cultivated people.” (Liszkiewicz 2010)

---

<sup>5</sup> Der englische Ausdruck 'gift request' ist daher sehr treffend, kann ein request eben eine Anfrage, eine Bitte oder eine Aufforderung sein.

Spielerinnen ermuntern also nicht nur andere, mitzuspielen, sondern sie fühlen sich, einmal beigetreten, verpflichtet, den Mitspielerinnen zuliebe weiterzuspielen. Diese These würde erklären, warum Spielerinnen immer wieder zum Spiel zurückkehren, auch sie erhellt jedoch keine weitergehenden spielspezifischen Motivationen. Zu fragen wäre auch, ob und wie die spezifische Art der ermöglichten, geförderten oder gar erzwungenen sozialen Interaktion, die Farmville zu einem erfolgreichen Instrument der Kontaktaufrechterhaltung macht, mit demographischen Merkmalen der Nutzerinnen zusammenhängt.

### **These 3: Farmville ist erfolgreich, denn es bietet als ‚dritter Ort‘ einen Treffpunkt für die neuen ‚Stämme‘**

Ein Erklärungsansatz für den Erfolg von Facebook-Spielen, der die spezifische Art der Interaktion im Rahmen elektronischer sozialer Netzwerke beleuchtet und analysiert, ist der der „dritten Orte“. Rao (2008) stellt fest, dass Applikationen in sozialen Netzwerken die Aufgabe haben, die Spielerinnen durch Erzeugung einer spielerischen Atmosphäre auf die Nutzung von Facebook einzustimmen. Spiele wie Farmville tragen mehreren Autoren (Williams 2006; Rao 2008) zufolge dazu bei, das soziale Netzwerk Facebook als einen virtuellen „dritten Ort“ (Oldenburg 1997) zu konstruieren. Ein dritter Ort ist in dieser Konzeptualisierung ein Raum jenseits der Arbeitsumgebung und des Zuhauses, welcher, gleich einer temporären Version der Agora oder eines Cafés, als Treffpunkt und Ort der Erholung dient (Rao 2008) und einen Mittelpunkt für die Entstehung und Unterhaltung von Gemeinschaft darstellt (Williams 2006). Diese Theorie entstand vor allem vor dem Hintergrund der Erfahrung amerikanischer Suburbanisierung, in der nicht-virtuelle dritte Orte an Bedeutung verloren:

„Humans, whose need for social contact has never changed, find themselves with a desire for community and social interaction but with fewer and fewer real-world outlets. The demand for human connection has been static but stymied by the real, it has moved into the virtual. As a result, social ties have moved online as part of a virtual community.” (Williams 2006: 15)

Betrachtet man Facebook als Online-Äquivalent eines dritten Ortes, dann ist die Rolle von Facebook-Applikationen die der Erzeugung und Erhaltung der spielerischen Rahmenbedingungen. Rao (2008) schlägt vor, dass dritte Orte durch eine spielerische Stimmung, Frivolität, Wortspiele und das Gefühl menschlicher Wärme gekennzeichnet sind, und dass die Erzeugung dieser Stimmung an Spiel-Anwendungen delegiert wird. Facebook-Applikationen kommt somit deswegen eine Schlüsselrolle zu, weil sie bestimmte spielerische Interaktionen mehr als andere nahelegen und damit der symbolischen und rituellen Konstruktion des Ortes Facebook als ‚drittem Ort‘ über soziale Übereinkunft dienen.

Die These, dass Facebook-Spiele dazu beitragen, den Raum Facebook nicht nur attraktiver oder interessanter zu gestalten, sondern auch als dritten Ort zu konstruieren, in dem jenseits von Arbeit und Heim ein entspanntes Zusammenkommen mit Gleichgesinnten möglich ist, würde zwar erklären, wozu Facebook-Spiele innerhalb des sozialen Netzwerkes dienen, erhellt jedoch nicht, warum die Spiele selbst so erfolgreich sind oder welche Spiele warum bei welchen Spielerinnen und Spielern beliebt sind. Weiterführend ist in diesem Zusammenhang die These von Di Loreto et al. (2010) zum Entstehen von ‚neuen Stämmen‘

im elektronischen Zeitalter, wie sie Maffesoli (1996) beschrieben hat. Demnach entstehen in den Social Games auf Facebook spezifische soziale Gruppen, die Ähnlichkeit mit Stämmen haben. Die sozialen Beziehungen, die durch das Spiel erzeugt werden, bewegen die Spielerin dabei zur wiederholten Nutzung der Anwendung (Di Loreto et al. 2010). Die Möglichkeit sozialer Beziehungen in Online-Umgebungen wird in dieser Denkweise als eine Zunahme der Bedeutung eines Gefühls von Gemeinschaft für die Spielerinnen interpretiert: „In fact, the social gaming audience is looking for an experience that either is built on connections, or incorporates some interaction with others who like the same kinds of games” (Di Loreto et al. 2010). Die Stämme sind instabil, klein, affektiv und entstehen jenseits etablierter Parameter einer ‚modernen‘ Gesellschaft:

„Their outlines are ill-defined: sex, appearances, lifestyles – even ideology – are increasingly qualified in terms (‘trans’, ‘meta’) that go beyond the logic of identity and/or binary logic. Briefly, and taking the terms in their most accepted sense, we can say that we are witnessing the tendency for a rationalized ‘social’ to be replaced by an empathetic ‘sociality’, which is expressed by a succession of ambiances, feelings and emotions.” (Maffesoli 1996: 11)

Der Zusammenhalt im Netzwerk wird über gemeinsame Fokuspunkte (focal points) hergestellt: Spielerinnen eines bestimmten Spiels teilen den gleichen Fokus und die mit dem Spiel verbundenen Emotionen und Bedeutungen. Der geteilte Fokus schafft eine Grenze zwischen In- und Outsiders und damit bilden sich in Spielen wie Farmville Gemeinschaften, die ihren Zusammenhalt über gemeinsam geteilte Fokuspunkte herstellen: „in Facebook we assist in the rise of a group of tribes, one for each (...) game” (Di Loreto et al. 2010). Der Austausch von Geschenken beispielsweise ermöglicht es Spielerinnen, ein Zusammengehörigkeitsgefühl innerhalb eines Stammes zu erzeugen, der durch die Praxis des Geschenkeauswechsels verbunden ist (Di Loreto et al. 2010). Offen bleibt jedoch auch in der Interpretation von Facebook-Spielen im Zusammenhang mit dritten Orten, ob und welche Spezifika dieser Orte es sind, die speziell weibliche Nutzerinnen um die vierzig ansprechen. Der Vergleich der entstehenden sozialen Spielräume mit ausgerechnet dem traditionell männlich dominierten Versammlungsort Agora bleibt hier unbefriedigend. Es stellt sich die Frage, ob beispielsweise eine Betrachtung weiblich geprägter Café-Kultur, sei sie online oder offline, weitergehende Erkenntnisse über den Stamm der Farmville-Nutzerinnen bieten könnte.

#### **These 4: Der Erfolg von Farmville liegt in den erfolgreichen Strategien der Entwickler zum Fördern sozialer Interaktion begründet**

Entwickler von Social Games auf Facebook versuchen explizit, die Kollaboration zwischen den Spielerinnen zu fördern oder sogar zu erzwingen. Dies wird meist damit begründet, dass Spielerinnen deswegen Facebook nutzen, weil sie Kontakte pflegen möchten und Spiele nur genau dann attraktiv finden, wenn sie diese Kontaktpflege erleichtern. In einem Artikel eines Entwicklers über die Grundlagen des Designs von Social Games heißt es beispielweise:

„The player is coming to the website to build and enjoy relationships with friends, not to play games. So, when a game helps players take care of their main social networking



goal – building relationships with their friends – players will stay with the game longer and are more likely to evangelize the game to their friends.” (Rohrl 2011: 59)

Diese pragmatische Betrachtungsweise widerspricht nicht der oben postulierten Funktion der Spiele als Rahmengerüst für Facebook als drittem Ort, wird doch genau davon ausgegangen, dass Facebook-Nutzer hauptsächlich an sozialer Interaktion interessiert sind. Es wird sich dem Phänomen Social Game jedoch sozusagen aus der entgegengesetzten Richtung genähert, da es das Interesse ist, von den gegebenen Möglichkeiten zur sozialen Interaktion durch deren Miterzeugung zu profitieren. Brian Reynolds, Spiele-Designer bei Zynga, geht dabei soweit, zu behaupten, dass Spiele bessere Möglichkeiten zur Aufrechterhaltung von Kontakten ermöglichen als andere Kommunikationswege, wie beispielsweise E-Mail:

„But then, with the social game, it's like, “Oh! I still like you; here's a thing for your mafia.” Some of the most valuable ones are not just the game transaction of give-you-the-thing, but then you make a little comment like “Ha ha ha! I bet you need a tommy gun!” and you actually end up, from the player's point-of-view, being able to start a conversation or have a little light interaction with your friend, someone that you want to keep up with or what-have-you. I mean, there's all these different levels of social interaction that you can have, and these games provide tools for people to have those interactions.” (Nutt 2010)

Diese auf Reynolds eigenen Beobachtungen beruhende Vermutung bedarf der näheren Untersuchung; ich werde weiter unten im Text darauf eingehen, wie ein ethnographischer Ansatz hier weiterführende Ergebnisse liefern könnte. Festzuhalten bleibt an dieser Stelle, dass auch Spiele-Entwickler eine wichtige Rolle der Spiele bei der Erzeugung von Gemeinschaft und der Ermöglichung von Kommunikation annehmen. Es kommen deshalb im Spieledesign verschiedene Strategien zur Anwendung, um die Kollaboration zwischen Spielerinnen zu fördern, wie etwa ‚Sharing the Wealth‘, das heißt die Möglichkeit, auf eine Nachricht von Freundinnen im Facebook-Stream zu klicken, die eine spielspezifische Belohnung verspricht:

„One particularly interesting variation on this mechanic is the outbound gift (or, as it is sometimes called after one particularly successful implementation in FarmVille, the “lost cow”). In this variant, players are told that they have found some kind of cool and/or useful item but for some fairly tortured reason they cannot keep it. They are offered the choice of offering the found item as a free gift to their friends or letting it go to waste. This practice was so popular with players that it seemed to flood the newsfeed.” (Rohrl 2011: 60)

Weitere Strategien zur Kollaborationsförderung sind Ziele im Spiel, die nur durch die Mithilfe anderer Spielerinnen erreicht werden können (ein Beispiel dafür ist der Weihnachtsbaum bei Farmville, der nur durch Weihnachtsgeschenke von anderen wächst) oder die Möglichkeit andere zu ‚besuchen‘.

## **These 5: Farmville ist erfolgreich, weil es die Möglichkeit zu fiktionalen sozialen Interaktionen bereitstellt**

Paradoxerweise gehen jedoch sowohl Spieledesigner als auch ForscherInnen davon aus, dass viele Interaktionen in den Spielen keine ‚echte‘ Kollaboration darstellen. Stellvertretend für die Position vieler Spieledesigner heißt es daher beispielsweise bei Rohrl (2001: 60): „the problems didn’t really exist; they were created on the spot for the player’s visit and resolved instantly regardless of the visitor’s actions“. Er führt weiter aus, dass Kollaborationsangebote im Spiel jedoch dazu dienen, Spielerinnen das Gefühl von Interaktion zu vermitteln: „And it gave players a sense – no matter how false – that they were helping out their friends“ (ebda.).

Sowohl Rao (2008) als auch Di Loreto et al. (2010) stellen in ihren Analysen fest, dass die Interaktionen in Farmville zu einem großen Teil lediglich als Repräsentationen von Interaktion angesehen werden können. Der Spielerin wird demzufolge nicht wirklich erlaubt, auf das Verhalten des Spiels Einfluss zu nehmen, vielmehr werden Repräsentationen angeboten, die zwar auf verschiedene Art und Weise interpretiert, aber nicht durch Eingriffe der Spielerin beeinflusst werden können (Rao 2008). In diesem Sinne scheint die Gegenwart anderer Freundinnen als Mitspielerinnen eher eine symbolische Repräsentation des Anderen innerhalb der Spielerfahrung, in der tatsächliche Spielinteraktionen nicht stattfinden (nicht einmal im asynchronen Sinne, siehe These 10). Die Möglichkeiten für Aktionen und Interaktionen im Spiel sind zudem, wie bereits erwähnt, zu einem großen Teil nur individuell zugänglich und werden nicht mit anderen geteilt. Zum Beispiel findet in Farmville hauptsächlich Interaktion mit der eigenen Farm statt. Andere Farmen werden nur besucht und scheinen vor allem dazu zu dienen, die gleichzeitige Anwesenheit anderer Spielerinnen vorzutäuschen: „the presence of friends seems more a symbolic representation worth the aim of giving a feeling of community and participation without actual co-presence or interaction.“ (Di Loreto et al. 2010: 80)

Nur selten sind Spiele auf Facebook tatsächlich kollaborativ oder simultan interaktiv (Di Loreto et al. 2010). Die fünfte These ist damit, dass der Erfolg von Farmville in diesen fiktionalen sozialen Interaktionen zu suchen ist. Ergebnisse und Interaktionen im Spiel werden auf Facebook veröffentlicht. Damit tragen sie zur Gestaltung der Facebook-Identität der Nutzerin bei, ohne dass ‚tatsächliche‘ Interaktionen mit anderen Nutzerinnen stattfinden müssen. Durch fiktionale soziale Interaktionen wird den Spielerinnen, die auf der Suche nach sozialer Interaktion auf die Facebook-Seite surfen, so zum einen Gemeinschaft vorgegaukelt, zum anderen wird Aktivität auf Facebook ohne die Mitwirkung anderer ermöglicht und gleichzeitig durch spielerische Elemente vorstrukturiert. Einschränkend sei hier jedoch angemerkt, dass, auch wenn viele Angebote zu Interaktion und Kollaboration in Farmville als fiktive Repräsentationen bezeichnet werden können, andere Kollaborationsformen, zum Beispiel der Austausch von Geschenken, dieser Beschreibung nicht entsprechen.

Aus der Literatur ergeben sich damit fünf Thesen, die den Erfolg von Farmville und anderen Social Casual Games auf Facebook in deren Einbindung sozialer Beziehungen begründet sehen. Diese Thesen beleuchten dabei verschiedene Aspekte der sozialen Interaktion, die auf Farmville (oder, ermöglicht durch Farmville, auf Facebook) stattfinden. Die ersten beiden Thesen betrachten, wie Aufforderungen zur Erwidern spielerischer Handlungen eine Verbreitung und wiederholte Nutzung von Farmville nahelegen. Die dritte und vierte These

gehen davon aus, dass sich Farmville als ein Ort etablieren konnte, der als Fokuspunkt für die neuen Stämme im Internet dient und auf unkomplizierte Weise Kommunikation und Interaktion zwischen den Spielerinnen ermöglicht. Die fünfte These scheint den anderen Thesen zu widersprechen, postuliert sie doch, dass die angebotenen Möglichkeiten zur Interaktion nur vorgetäuscht sind; jedoch gehen auch die Vertreterinnen und Vertreter dieser These davon aus, dass lediglich ein Teil der Interaktionen fiktiv ist, ‚echte‘ Interaktionen also durchaus möglich sind. Es gibt zudem zum derzeitigen Zeitpunkt keine Aussagen der Spielerinnen selbst dazu, wie sie Interaktionen, deren Fiktionalität und deren Eingeschränktheit bewerten. Studien zur Netzkommunikation haben in der Vergangenheit gezeigt, dass internetvermittelte Kommunikation, beispielsweise per Email, nicht notwendigerweise als weniger unmittelbar wahrgenommen wird (Schönberger 2000). Es wäre auch vorstellbar, dass die asynchronen, nicht unmittelbar reziproken und zum Teil fiktionalen spielerischen Interaktionen in Farmville ein Bedürfnis der Spielerinnen nach unkomplizierter Verwaltung spezifischer sozialer Kontakte bedienen. Beispielsweise ist es möglich, dass Spielerinnen bestimmte Facebook-Freundinnen haben, mit denen sie auf genau die durch Farmville nahegelegte Art und Weise in Kontakt bleiben möchten.

#### **4 Spiel-Erleben in Farmville**

Der Fokus auf soziale Beziehungen lässt sowohl die Eigenschaften Farmvilles, die es als Spiel auszeichnen, als auch die, die es von anderen Spielen unterscheiden, außer Betracht. Es soll deshalb im Folgenden ein Blick auf die sich aus der Literatur ergebenden Thesen geworfen werden, die sich auf Farmville als Spiel beziehen.

#### **These 6: Farmville ist erfolgreich, weil es einen spielerischen Rahmen für Facebook bereitstellt**

Vielfach ist Farmville mithilfe anthropologischer Theorien zum Spielen analysiert worden (z.B. Rao 2008; Liszkiewicz 2010). Dies hat zu unterschiedlichen Ergebnissen geführt; so argumentiert Liszkiewicz (2010) sogar, dass Farmville gar kein Spiel sei, da es die von Callois geforderten Bedingungen für das Auftreten von Spiel nicht erfülle und deswegen als ‚Arbeit‘ klassifiziert werden muss. Diese Idee deckt sich zwar zum Teil mit anderen Versuchen in der Literatur, Unterschiede zwischen verschiedenen Aspekten des Spielens am Computer aufzuzeigen (z.B. ist das ‚Aufbauen‘ vom ‚Rätsellösen‘ zu unterscheiden), ist jedoch nicht überzeugend<sup>6</sup> und Liszkiewicz argumentiert in seiner pauschalen Ablehnung von Farmville kulturkritisch und stellenweise polemisch. Andere Autoren gehen demgegenüber davon aus, dass die Nutzung von Farmville als Spiel im anthropologischen Sinne zu sehen ist (z.B. Rao

---

<sup>6</sup> So sind Spiele nach Callois frei von Verpflichtung, abgetrennt vom wirklichen Leben und eine unproduktive Tätigkeit. Liszkiewicz (2010) argumentiert, dass Farmville keine dieser Bedingungen erfülle, und dass es insbesondere eine produktive Tätigkeit sei, da es das soziale Kapital der Spielerinnen vergrößere und verstärke. Firmen wie Zynga profitieren dann von ebensolchem Kapital indem sie Umsätze erzielen. Es stellt sich jedoch die Frage, welche Spiele, die Mitspieler involvieren, *nicht* zur Erhöhung des sozialen Kapitals beitragen. Auch wenn sich bei Farmville dieses soziale Kapital durch die Nachrichten im Facebook-Stream außerhalb des Spiels manifestiert, ist die These von der völligen Abgetrenntheit des Spiels von Auswirkungen auf soziale Beziehungen schwer zu halten.

2008) und rufen vielmehr zu einer Erweiterung des Spielbegriffs auf. Sie gehen davon aus, dass es bei Farmville nicht nur um ‚play‘ geht sondern vielmehr auch um ‚playfulness‘, also um eine spielerische Verfasstheit. Playfulness unterscheidet sich nach dieser Definition von Immersion und ‚flow‘, die gewöhnlich für das Aufspannen eines Spielrahmens notwendig sind. Di Loreto et al. (2010) bezeichnen playfulness dagegen unter Bezug auf Barnett als die Bereitschaft zum Spielen, die sich durch eine Mischung aus kognitiver, sozialer und physischer Spontaneität und aus Humor ergibt. Danach sind sowohl individuelle als auch soziale Aspekte zur Erzeugung von playfulness notwendig, und es ist, wie oben erwähnt, eben gerade diese Mischung aus Privatem und Öffentlichem die sie als Charakteristikum von Spielen wie Farmville feststellen. Farmville dient in dieser Sichtweise dazu, eine spielerische Verfasstheit zu erzeugen, die als Voraussetzung für Spiel gilt, aber eben auch als Voraussetzung für die von Rao (2008) und Di Loreto (2010) vorgeschlagene Funktion von Facebook als einem dritten Ort. Diese These ist eng verknüpft mit der Idee, dass Farmville eine wichtige Funktion innerhalb von Facebook erfüllt, erklärt jedoch wie auch These 3 nicht, welche Eigenschaften von Farmville es als Spiel interessant machen.

### **These 7: Der Erfolg von Farmville ist in der erweiterten Spielerfahrung zu suchen**

Im Anschluss an die Beobachtung, dass Farmville eine Erweiterung des Spielbegriffs nahelegt, soll im Folgenden der Verweis einiger Autoren (v.a. Kuittinen et al. 2007) darauf, dass sich die Spielerfahrung im Casual Gaming nicht nur auf das eigentliche Spiel selbst bezieht, in der siebten These zum Erfolg von Farmville zusammengefasst werden. Traditionellerweise konzentriert sich die Erforschung der Spielerfahrung auf die tatsächliche Spielhandlung an sich. Für Facebook-Applikationen wird jedoch eine Vielfalt spielerischer Erfahrungsräume konstatiert, die nicht auf eng verstandene ‚Game Sessions‘ beschränkt sind oder lediglich aus diesen entstehen (Kuittinen et al. 2007). Die Themen, die in der Diskussion um Facebook-Spiele zur Sprache kommen, also etwa die Verknüpfung mit sozialen Interaktionen oder das Spielen ‚nebenher‘, legen es nahe, dass wesentliche Einflüsse auf das Spielerlebnis auch außerhalb der eigentlichen Spielesitzungen, oder zumindest außerhalb des engen Rahmens der tatsächlichen Interaktion mit der Farmville-Anwendung zu finden sind. Beispielsweise wird die einfache Zugänglichkeit eines Casual Games als Voraussetzung für dessen Erfolg angesehen (siehe auch These 9). Die siebte These wäre damit, dass der Erfolg von Farmville in der erweiterten Spielerfahrung zu suchen ist, in der die heterogene Nutzerinnengemeinde mit jeweils verschiedenen Motivationen, Fähigkeiten und Ressourcen unterschiedliche Elemente der Spielerfahrung (vom Zugang zum Spiel bis zu verschiedenen Elementen des Spiels selbst) attraktiv findet. Welche dieser Elemente für welche Gruppen aus welchen Gründen attraktiv sind, bedarf dabei jedoch der weiteren Untersuchung.

### **These 8: Der Erfolg von Farmville beruht auf dem Design der Spielmechanik**

In den Veröffentlichungen der Entwicklergemeinde wird davon ausgegangen, dass es ganz bestimmte Spielmechaniken und Designelemente sind, die den Erfolg von Farmville mitbegründen. Rohrl (2010) schlägt demnach verschiedene Erfolgsrezepte à la Farmville als vielversprechende Strategien für das Design von Casual Games vor. Zwei Beispiele sind ‚Timed Re-engagement‘ (also die Aufforderung zur zeitlich verschobenen Wiederaufnahme des Spiels) und ‚Limiting Game-Play‘ (eine Begrenzung der möglichen Spielhandlungen).

Eine Aufforderung zu einer Aufnahme des Spiels zu einem späteren Zeitpunkt ist bei Farmville zum Beispiel dadurch gegeben, dass auf der Farm angebaute Pflanzen nach einer bestimmten Zeit reif sind und nur innerhalb eines festgesetzten Intervalls geerntet werden können. Nach Ablauf dieser Zeitspanne ‚verwelkt‘ die Pflanze und kann nicht mehr eingesammelt werden. Rohrl (2010: 14) schreibt: „This has become a potent device for encouraging users to make a commitment to playing the game and to returning over and over.“ In „Farmville for Dummies“ heißt es gar: „Fully grown crops can wither on the vine if they’re not harvested promptly, meaning that you may have to plan your daily schedule around your Farmville play time to some extent“ (Morales/Orland 2011: 7-8). Bekannt ist diese Strategie bereits aus frühen Spielen vom Typ Tamagochi, in denen das virtuelle Haustier ‚unglücklich‘ wurde, wenn es zu lange nicht ‚gefüttert‘ wurde.

Die zweite Strategie, nämlich die möglichen Spielhandlungen zu begrenzen, klingt paradox, soll jedoch eine Rückkehr zum Spiel garantieren. Sie beinhaltet, dass Spielerinnen in einer einzigen Spielsitzung nur eine bestimmte Anzahl von Aufgaben erledigen können. Danach müssen sie erst darauf warten, dass beispielsweise Pflanzen wachsen und Geschenke erwidert werden, wodurch sie dazu aufgefordert sind, langfristig und wiederholt zu spielen. Dass solche Strategien erfolgreich sind, zeigen spielspsychologische Untersuchungen zum Bedürfnis der Spielerinnen nach Selbstwirksamkeitserleben. Gemeint ist damit die Wahrnehmung der eigenen direkt-kausalen Einflussnahme auf das Spielgeschehen als Erfolgserlebnis (Klimmt 2006). Aus welchen Gründen Spielerinnen diese ausgerechnet im Social Casual Gaming finden, wird damit jedoch nur bedingt erklärt, greifen doch auch andere Spiele auf verschiedene Strategien des zeitlich verzögerten Aufbaus und der wiederholten Wiederaufnahme des Spiels zurück. Es ist jedoch anzunehmen, dass die Kürze der Spielesitzungen und die Tatsache, dass kleine Erfolgserlebnisse schnell erzielt werden können, eine besonders zugängliche und unkomplizierte Art und Weise der Wahrnehmung der eigenen direkt-kausalen Einflussnahme ermöglichen. Verknüpft man diese Beobachtung mit einer Betrachtung konkreter Lebensumstände von Spielerinnen, so lässt sich vermuten, dass die besondere Art des Spielens von Farmville (nämlich gekennzeichnet durch eine erweiterte Spielerfahrung und kurzfristig ermöglichte Erfolgserlebnisse) eine bestimmte Rolle im komplexen Alltag zuhause und im Beruf spielt. Diese Betrachtungen verweisen auf eine Art des Spielens, die zum einen auf kurzen Spielesitzungen basiert, zum anderen jedoch auch langfristig so angelegt ist, dass sie neben anderen Tätigkeiten in den Alltag integriert werden kann. Es soll im Folgenden daher das Spielen ‚nebenher‘ oder eben das ‚casual‘-Spielen beleuchtet werden.

## **5 Farmville als Casual Game**

### **These 9: Farmvilles Erfolg liegt in seiner einfachen Zugänglichkeit begründet**

Farmville gilt im Allgemeinen als ein „Casual Game“. Was mit dieser Bezeichnung ausgesagt werden soll, ist jedoch meist unklar oder sogar widersprüchlich. Auf den ersten Blick scheint auffällig, dass das Spiel einfacher und weniger aufwändig gestaltet ist als beispielsweise ein auf die Immersion in einer detaillierten dreidimensionalen Welt angelegtes Spiel, das installiert werden muss und womöglich einen komplexen Handlungsfaden verfolgt. Immer bessere und „realistischere“ Szenarien, in denen selbst Wasser, Rauch und Wolken eine

beeindruckende Greifbarkeit vortäuschen, intelligent konstruierte Erzählungen und Geschichten von romanhaftem, ausgefeiltem Detailreichtum und von Dramatik dienen etwa in World of Warcraft zur vollständigen Immersion der Spieler bis hin zum Vergessen von Raum und Zeit (Kinder 2007). Auch die von der Spielerin geforderten Interaktionen mit dem Spiel sind bei Farmville wie auch anderen Facebook-Spielen oft auf einen einzigen Mausklick reduziert: „Mafia Wars simply asks the player to push a button in order to go on missions and so acquire experience” (Di Loreto et al. 2010).

Die These, dass Farmville im Vergleich zu herkömmlichen Spielen einfach und unkompliziert ist, ist jedoch sowohl angesichts der Komplexität der Möglichkeiten zur sozialen Interaktion als auch der ausgefeilten Strategien, die eine kontinuierliche Wiederkehr der Spielerin garantieren sollen, nur bedingt haltbar:

„On the other hand the millions of users playing Mafia Wars each month are an indicator that there is something apart from the gameplay that encourages its users to play these games.” (Di Loreto et al. 2010: 78)

Es stellt sich also die Frage, was mit „casual“, wörtlich übersetzt „beiläufig“, „gelegentlich“ oder „informell“, eigentlich gemeint ist. Die Definition von Kuittinen et al. (2007) liefert eine gute Zusammenfassung, zeigt jedoch gleichzeitig, auf wie viele verschiedenen Aspekte des Spiels sich casual bezieht: Ein Casual Game hat demnach „a generally appealing content, simple controls, easy-to-learn gameplay, fast rewards, or support for short play sessions” (Kuittinen et al. 2007: 107). Es gibt zudem eine Vielzahl von Bezeichnungen und Selbstbezeichnungen durch die Spielerinnen selbst:

„While for someone the casual experience of games may mean not being identified as a ‘gamer’ even though they play games (outer game experience), for some it may mean fast access to the game experience (game related experience) and for some short sessions in gameplay and instrumental values of games (gameplay experiences).” (Kuittinen et al. 2007: 110)

Im Englischen hat sich demnach Casual Gamer auch als eine Bezeichnung derjenigen Spielerinnen durchgesetzt, die sich selbst nicht als Spielerinnen bezeichnen (Tellermann 2010). „Casual“ hat also verschiedene Bedeutungen, es kann sich auf die Spielerin, auf das Spiel oder den Spielstil beziehen. Andere Faktoren, wie dahinterliegende Geschäftsmodelle und die Zugänglichkeit des Spiels werden auch als Charakteristika von Casual Games betrachtet. Diese verschiedenen Sichtweisen und Begriffsverwirrungen führen zu widersprüchlichen Erklärungsansätzen, besonders wenn der Ausdruck „Casual Gamer“ verwendet wird, um sowohl jemanden zu bezeichnen, der Casual Games spielt, als auch jemanden, der gelegentlich spielt (Kuittinen et al. 2007). Die Diskussion ist, trotz der Uneindeutigkeit des Begriffes „casual“, ein Anzeichen für ein extensives Phänomen in derzeitigen Spiel(e)r(kulturen). Dieses schließt verschiedene Themen ein: Das Spielverhalten, die Einstellungen zum Spielen, große Zielgruppen und die Auswirkungen all dieser Elemente auf den Designprozess. Eine weite Fassung des Begriffes bietet sich demnach an: „Casual is so far best defined by the easiness of the game experience in its expanded sense, covering the whole experience from the accessing of a game to playing it” (Kuittinen et al. 2007: 110). Ein wichtiger Punkt ist dabei, dass es nicht genügt, allein das Verhältnis zwischen Spielerin und Spiel zu untersuchen, sondern dass die Aufmerksamkeit auch auf die das Spiel umgebenden

Faktoren gerichtet werden muss, wie zum Beispiel der Zugang zum Spiel. Offen bleibt allerdings weiterhin, was genau mit einer Einfachheit der Spielerfahrung im Sinne der Definition gemeint ist – ob es etwa um Kompetenzen im Spiel geht, die denen für andere Software-Anwendungen benötigten soweit ähneln, dass spielspezifische Kenntnisse nicht notwendig sind, oder eher um einfache und repetitive Spielmechaniken.

Aus der Beobachtung, dass eine der Eigenschaften von Casual Games deren einfache Zugänglichkeit ist, also Spiele beispielsweise im Browser und ohne Installationsprozess aufrufbar sind und keiner Gebrauchsanleitungen bedürfen, ergibt sich die neunte These: Die einfache Zugänglichkeit von Farmville begründet dessen Popularität (Kuittinen et al. 2007; Morales/Orland 2011). Farmville war zumindest zu Beginn durch die zahllosen automatisch generierten Nachrichten auf Facebook mit nur einem Klick einfach zugänglich und wurde Spielerinnen immer wieder ins Gedächtnis gerufen. Demzufolge wird auch im Allgemeinen der Schritt der Facebook-Betreiber, im März 2010 die Spielmeldungen und Anfragen anderer Applikationen an eine weniger prominente Stelle auf der personalisierten Facebookseite zu verschieben, innerhalb der Casual Games Entwickler-Community als direkter Grund für einen Rückgang von Spielaktivitäten genannt (Gomila/Frederick 2010).

### **These 10: Farmville ist erfolgreich, weil es nebenher gespielt werden kann**

Ein weiterer Aspekt des „Casual Playing“, der den Erfolg von Farmville erklären könnte, ist die Tatsache, dass das Spiel nebenher gespielt, und anderen Tätigkeiten, die Zeit und Aufmerksamkeit erfordern, bei- oder untergeordnet werden kann. „Casual Playing“ meint damit, dass die Art und Weise des Spielens casual ist, zum Beispiel wird in kurzen Intervallen gespielt oder dem Spielen keine volle Aufmerksamkeit geschenkt. Das Besondere an Casual Games auf Facebook im Vergleich zu anderen Casual Games ist es, dass das Spielen „nebenher“ trotz oder sogar durch eine soziale Komponente verwirklicht wird. Dies wird durch sogenanntes „asynchrones Multiplay“ möglich (Bogost 2007; siehe auch These 5). Facebook ermöglicht eine soziale Vernetzung in Form asynchroner Konversationen, die nicht auf einer gleichzeitigen Anwesenheit beruhen. Diese Asynchronität findet sich auch in den Facebook-Spielen. Die Spielerinnen spielen nacheinander, jedoch nicht gleichzeitig, da die Spielzüge immer aufeinander folgen. Zwei Spielerinnen müssen daher nicht gleichzeitig online sein, um miteinander interagieren zu können. Spielereignisse und Handlungen, wie beispielsweise das Aushelfen auf einer benachbarten Farm, werden der Nutzerin durch Nachrichten oder durch symbolische Mittel<sup>7</sup> mitgeteilt und sie kann beim nächsten Spielen reagieren. Durch die dadurch entstehenden Unterbrechungen können Verpflichtungen und Bedürfnisse des Offline-Alltags mit den Anforderungen des Spiels vereinbart werden (Rao 2008). Eine tatsächliche gleichzeitige Kooperation im Spiel kommt nicht zustande, auch wenn neuere Social Casual Games damit begonnen haben, diese zu verwirklichen (Rohrl 2011).

Die zehnte These ist demnach, dass der Erfolg von Farmville in dem – durch die asynchrone Spielmechanik und die zeitliche Begrenzung einzelner Interaktionen ermöglichten – „Spiel nebenher“ liegt, durch welches das Spielen ohne größeren Zeitaufwand in den Alltag

---

<sup>7</sup> So sind beispielsweise die Blumen auf von Nachbarinnen mit Dünger versehenen Feldern der eigenen Farm größer als nicht gedüngte, um auf erfolgte Besuche aufmerksam zu machen.

eingefügt werden kann. Dieser These widerspricht die empirische Beobachtung, dass einzelne Spielesitzungen von Casual Games oft mehrere Stunden dauern. Es bleiben zudem wiederum die Demographie und die Lebensumstände der Nutzerinnen unbeachtet: Welche Rolle erfüllt das Spielen nebenher in vernetztem Berufsalltag und sozialem Umfeld der Nutzerinnen?

## **6 Fazit und zukünftige Forschungsfragen**

Der Erfolg von Farmville liegt demnach erwarteterweise in verschiedenen Faktoren begründet. In der ersten Gruppe der Thesen geht es um verschiedene Aspekte der sozialen Beziehungen im Spiel. Farmville sei danach deswegen erfolgreich, weil es soziale Interaktion ermögliche oder sogar verlange. Die Farmville eigenen Aufforderungen zur Erwidern spielerischer Handlungen verursachen diesen Thesen zufolge eine Verbreitung und wiederholte Nutzung des Spiels. Farmville habe sich zudem als ein dritter Ort etablieren können, der als Fokuspunkt für die neuen Stämme im Internet diene und auf unkomplizierte Weise Kommunikation und Interaktion zwischen den Spielerinnen ermögliche. Die zweite Gruppe von Thesen behandelt die Spielerfahrung an sich. Der Erfolg von Farmville sei demnach auch in der erweiterten Spielerfahrung zu suchen, in der verschiedene Nutzerinnen mit unterschiedlichen Motivationen jeweils andere Elemente attraktiv fänden. Farmville stelle zudem einen Spielrahmen bereit, der ein Selbstwirksamkeitserlebnis ermöglicht, welches durch verschiedene Strategien im Design gefördert werde. Die dritte Gruppe von Thesen betrachtet Farmville als ein casual game – danach begründen die einfache Zugänglichkeit und die Tatsache, dass Farmville als ‚Spiel nebenher‘ ohne größeren Zeitaufwand in den Alltag eingefügt werden kann, dessen Popularität.

Betrachtet man die angeführten zehn Thesen im Vergleich mit den eingangs aufgeführten Zahlen zu Nutzerinnenprofilen und Spieldauer, ergeben sich Widersprüche und Lücken im Erkenntnisstand zur Frage nach dem Erfolg von Farmville. Es sollen diese im Folgenden zusammengefasst und mit leitfadenartigen Thesen für zukünftige Forschungsvorhaben versehen werden. Die wichtigsten Fragenkomplexe, die sich aus der Diskussion der Literatur ergeben, lassen sich, entsprechend der Untergliederung in soziale Beziehungen, Spielerfahrung und den Aspekt „casual“ in drei Gruppen aufteilen:

- 1.) *Soziale Beziehungen*: Wie bewerten Spielerinnen selbst die Möglichkeiten zur Interaktion und verschiedene Aspekte wie Asynchronität und Eingeschränktheit? Es wäre denkbar, dass die asynchronen, nicht unmittelbar reziproken und zum Teil ‚fiktionalen‘ spielerischen Interaktionen in Farmville ein Bedürfnis der Spielerinnen nach der unkomplizierten Verwaltung spezifischer sozialer Kontakte bedienen, also dass ein Interesse daran besteht, mit bestimmten Freundinnen genau auf die durch Farmville nahegelegte Art und Weise in Kontakt zu bleiben.
- 2.) *Spelerfahrung*: Aus welchen Gründen finden Spielerinnen Selbstwirksamkeitserlebnisse ausgerechnet im Social Casual Gaming? Es ist hier anzunehmen, dass die Kürze der Spielesitzungen eine besonders zugängliche und unkomplizierte Art und Weise der Wahrnehmung der eigenen direkt-kausalen Einflussnahme ermöglicht.
- 3.) *Casual Gaming*: Welche Rolle erfüllt das ‚Spielen nebenher‘ im vernetzten Berufsalltag und im sozialen Umfeld von Nutzerinnen über 35? Und weshalb laden Spiele, die dezidiert darauf angelegt sind, „nebenher“ gespielt zu werden, zu langen Spielesitzungen



ein? Die hier anzuführende These ist, dass ein großer Teil der Attraktivität von Farmville tatsächlich in dessen einfacher Zugänglichkeit und der Möglichkeit kurzer Spielesitzungen zu finden ist, dass dies jedoch nicht die einzigen Gründe für den Erfolg von Farmville sind und Spielerinnen auch, soweit möglich im Rahmen von "limited gameplay", längere Spielesitzungen vorziehen, um sozialen Faktoren oder dem Bedürfnis nach Erfolgserlebnissen gerecht zu werden.

Zusammenfassend lassen sich diese drei Frageblöcke als unterschiedliche Aspekte der Frage nach dem Profil der Spielerinnen begreifen: Warum ist Farmville als dritter Ort gerade für Frauen einer bestimmten Altersgruppe interessant? Und hat diese Klassifizierung als Gruppe Bestand, wenn man andere Faktoren oder die Lebensumstände tatsächlicher Nutzerinnen betrachtet? Die hier vertretene Annahme ist, dass Farmville aus den verschiedenen oben angeführten Gründen erfolgreich ist und diese Gründe eben besonders den Bedürfnissen und Anforderungen der spezifischen Nutzerinnengruppe entsprechen. Aus welchen Gründen dies der Fall ist, kann jedoch nur durch eine weitergehende Untersuchung des Alltags mit ethnographischen Methoden herausgefunden werden.

Um die in diesem Text angerissenen Thesen weiterzuentwickeln, ist eine empirische Untersuchung der Spielerinnen und ihrer Praktiken nötig. Es bleiben nicht nur die demographischen Erkenntnisse in den Thesen meist unberücksichtigt – es sind auch alle bisherigen Thesen zu sehr auf (angenommene) Eigenschaften von Farmville selbst bezogen, ohne die Sichtweise der Nutzerinnen in Betracht zu ziehen. Damit wird weder eine Überbetonung der Handlungsfähigkeit der Technologie (in diesem Falle die Software Farmville) vermieden, noch eine kulturkritische Überbetonung des Einflusses des Betreibers Zynga auf individuelle Aneignungen und Nutzungsweisen.<sup>8</sup> Beide Tendenzen sind typisch für die Betrachtung neuer Technologien oder Medien in der Frühphase: Oft verdeckt der Charakter des Neuartigen einer Technologie oder eines Phänomens die Tatsache, dass sich bestimmte Aneignungs- oder Nutzungsweisen kaum vom herkömmlichen Umgang mit anderen Technologien oder Phänomenen unterscheiden. Verhaltensweisen oder Aneignungen, die bereits in anderen Zusammenhängen erklärbar sind, werden als neu dargestellt.

So werden Aus- und Wechselwirkungen zu Kommunikationen und sozialen Beziehungen außerhalb von Farmville kaum betrachtet. Es hat sich jedoch in anderen Studien gezeigt, dass kommunikative und soziale Kompetenzen online und offline nicht unbedingt getrennt konzipiert werden können. So kommen vor-elektronisch erworbene kommunikative Kompetenzen auch in der Netzkommunikation zum Tragen (Schönberger 2000). Umgekehrt können die Interaktionen in sozialen Netzwerken das individuelle soziale Kapital erhöhen und die Vernetzung mit Freunden und Bekannten aus verschiedensten Kontexten ermöglichen und vertiefen (Ellison et al. 2007).

---

<sup>8</sup> Dieses Dilemma könnte durch eine Analyse der Akteur-Netzwerke oder beispielsweise einen mikroethnographischen Ansatz gelöst werden, wie ihn Giddings (2009) vorschlägt: Dabei wird das Spiel als Ereignis mit menschlichen und nichtmenschlichen Teilnehmern konzipiert. Das heißt, Akteure und ihre Interessen, wie etwa die Designer, Spielerinnen, Zynga, die Facebook-Betreiber, aber auch etwa die Regeln des Spiels oder die Logiken der kommunikativen Netzwerke im Internet könnten identifiziert und ihre wechselseitigen Einflüsse aufgezeigt werden.

Die hier vertretene Auffassung ist es, dass das Einfügen von Farmville in den Alltag von Spielerinnen als aktiver Prozess im Sinne einer Domestizierung von Technologie (Bausinger 1984) betrachtet werden muss, um die Thesen zum Erfolg von Farmville und Social Casual Gaming im Allgemeinen weiterzuentwickeln. Das bedeutet, dass individuelle Spielerinnen in ihrem alltäglichen Umfeld in der Untersuchung in den Vordergrund gestellt werden müssen. Die Schwierigkeit der Untersuchung eines Massenphänomens anhand des Alltags von Individuen ist ein Thema, mit dem sich die Kulturanthropologie und empirische Kulturwissenschaft seit langem beschäftigt: Alltagskultur ist schon lange auch ‚Massenkultur‘. So wird Medienaneignung im Kontext von Alltag gesehen und das Zusammenspiel von medialem und nicht-medialem Handeln betont. Mediennutzung ist eingebettet in situative und kommunikative Kontexte, wie etwa das häusliche Umfeld der Nutzerinnen (Bausinger 1983). Ein Ziel der – meist ethnographischen – Untersuchungen ist es, herauszufinden, wie Praktiken der Internetnutzung, räumliche Arrangements und häusliche Kommunikationsstrukturen interagieren (Röser/Peil 2010). Eine ethnographische Perspektive mit Blick auf den Alltag könnte somit beleuchten, wie soziale Interaktionen und Spielerfahrungen auf Farmville in den Alltag integriert werden und sich gegenseitig bedingen und verändern. Zudem könnte jenseits dichotomischer Gegenüberstellungen der Herausforderung, soziale, individuelle und durch das Design bestimmte Aspekte des Spiels gleichermaßen zu Wort kommen zu lassen, gerecht werden. Sie könnte zudem weiteren Aufschluss über das Profil der größten Nutzergruppe von Frauen im Alter über 35 geben und erklären, welche ihrer Eigenschaften Facebook und Farmville für diese Gruppe so attraktiv machen, welche davon mit anderen Nutzergruppen geteilt werden, und welche für diese Gruppe idiosynkratisch sind.

Es ist mit der zunehmenden Reife sowohl des Mediums Facebook als auch der sich entwickelnden Spielerfahrungen der Nutzerinnen jedoch davon auszugehen, dass sich Vorlieben ändern und neue Anwendungen, die aus Vorgängern entstandene Nutzerinnenwünsche integrieren, Erfolg versprechen. So verdient beispielsweise die neue Generation von Social Casual Games Beachtung, die „casual“ genau als die Möglichkeit, ohne den Zeitdruck ‚verwelkender‘ Pflanzen zu spielen, definiert.<sup>9</sup> Es handelt sich bei Social Casual Games um ein dynamisches Feld, welches sich rasch verändert und nicht stillhält, so dass eine Erforschung und Beschreibung der Positionen der Spielerinnen umso wichtiger erscheint. Eine Rückbindung in den Alltag könnte zudem längerfristige Veränderungen, Stabilitäten und Instabilitäten in den vernetzten Lebenswelten der Spielerinnen sichtbar machen.

## Literatur

*Bausinger, Hermann*, 1983, Alltag, Technik, Medien. S. 24-36, in: *Harry Pross und Claus-Dieter Rath* (Hg.): *Rituale der Medienkommunikation. Gänge durch den Medienalltag*. Berlin. Guttandin und Hoppe.

---

<sup>9</sup> Vgl. beispielsweise das neue für den deutschen Markt entwickelte und auf der Gamescom 2011 vorgestellte Spiel 'Fluffys'. Siehe: <http://www.fluffys.de> [Zugriff: 31.08.2011].

*Berry, Nick*, 2010, Who Is Playing Games on Facebook? Some Unexpected Data, Casual Connect Winter 2011: 20-21. Online verfügbar: [http://casualconnect.org/content/Magazine/winter\\_11/casual\\_connect\\_magazine\\_winter\\_2011.pdf](http://casualconnect.org/content/Magazine/winter_11/casual_connect_magazine_winter_2011.pdf) (Stand: 14.11.2011)

*Bogost, Ian*, 2006, Comparative Video Game Criticism, Games and Culture 1 (2006): 41.

*Di Loreto, Ines; Gouaich Abdelkader; Pierre-Alain Laur*, 2010, Facebook Games. The point where tribes and casual games meet, S.77-84, in: *Katherine Blashki* (Hg.): Proceedings of the IADIS International Conferences Interfaces and Human Computer Interaction 2010 and Game and Entertainment Technologies 2010. International Association for Development of the Information Society (IADIS) Press.

*Ellison, Nicole B.; Steinfield, Charles; Cliff Lampe*, 2007, The Benefits of Facebook „Friends“: Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites, Journal of Computer-Mediated Communication 12 (2007): 1143-1168.

*Farooqui, Owais*, 2010, Moms Just Wanna Have Fun. How Women over 35 are reshaping the casual gaming landscape, Casual Connect Fall 2010: 26-27. Online verfügbar: [http://casualconnect.org/content/Magazine/fall\\_10/CCMag\\_Eng\\_Fall10.pdf](http://casualconnect.org/content/Magazine/fall_10/CCMag_Eng_Fall10.pdf) (Stand: 14.11.2011)

*Giddings, Seth*, 2009, Events and Collusions. A Glossary for the Microethnography of Video Game Play, Games and Culture, 4 (2), April 2009: 144-157.

*Glasser, A.J.*, 2011, Top Facebook Games For May 2011. In: Inside Social Games. Tracking Innovation at the Convergence of Games and Social Platforms. Online-Publikation: <http://www.insidesocialgames.com/2011/05/03/top-25-facebook-games-for-may-2011> (Stand: 22.11.2011)

*Gomila, Jude und Frederick, Logan*, 2010, Social Gaming: Life in the Post-Viral Era, Distribution and User Acquisition Beyond Facebook, Casual Connect Fall 2010: 16-18. Online verfügbar: [http://casualconnect.org/content/Magazine/fall\\_10/CCMag\\_Eng\\_Fall10.pdf](http://casualconnect.org/content/Magazine/fall_10/CCMag_Eng_Fall10.pdf) (Stand: 14.11.2011)

*Kinder, Katharina*, 2007, Der Themenpark im Interface - Virtualität und Spieltheorie, S. 651-664, in: *Thomas Hengartner und Johannes Moser* (Hg.): Grenzen und Differenzen. Zur Macht sozialer und kultureller Grenzziehungen, 35. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde, Dresden 2005, Leipzig 2007 (Schriften zur sächsischen Geschichte und Volkskunde, Bd. 17).

*Klimmt, Christoph*, 2006, Computerspielen als Handlung. Dimensionen und Determinanten des Erlebens interaktiver Unterhaltungsangebote. Köln. Von Halem.

*Kuittinen, Jussi; Kultima Annakaisa; Niemelä, Johannes; Paavilainen, Janne*, 2007, Casual Games Discussion, Future Play 2007, 15.-17. November 2007, Toronto, Canada.

*Liszkiewicz, A.J. Patrick*, 2010, Cultivated Play. Farmville, berfrois. Intellectual Jousting in the Republic of Letters, October 2010. Online-Publikation: <http://www.berfrois.com/2010/10/cultivated-play-farmville> (Stand: 22.11.2011)

*Maffesoli, Michel*, 1996, The Time of the Tribes. The Decline of Individualism in Mass Society. London, Thousand Oaks, New Delhi. Sage Publications.

*Morales, Angela und Orland, Kyle*, 2011, Farmville for Dummies. Hoboken, New Jersey. Wiley.

*Nutt, Christian*, 2010, Brian Reynolds on his social transition, Gamasutra. The Art and Business of Making Games. Mai 2010. Online-Publikation:  
[http://www.gamasutra.com/view/feature/4409/brian\\_reynolds\\_on\\_his\\_social\\_.php](http://www.gamasutra.com/view/feature/4409/brian_reynolds_on_his_social_.php) (Stand: 23.11.2011)

*Oldenburg, Ray*, 1997, The great good place. Cafés, coffee shops, community centers, beauty parlors, general stores, bars, hangouts, and how they get you through the day. New York. Marlowe & Company.

*Rao, Valentina*, 2008, Facebook Applications and Playful Mood. The Construction of Facebook as a “Third Place”. MindTrek 2008, 6.-8.Oktber 2008, Tampere, Finnland, S. 8-12.

*Röser, Jutta* und *Peil, Corinna*, 2010, Räumliche Arrangements zwischen Fragmentierung und Gemeinschaft. Internetnutzung im häuslichen Alltag, S.220-241, in: *Jutta Röser; Tanja Thomas; Corinna Peil* (Hg.): Alltag in den Medien – Medien im Alltag. Wiesbaden. VS Verlag Verlag für Sozialwissenschaften.

*Rohrl, David*, 2010, Fundamentals of Social Game Design – Part One: Reducing Churn. In: Casual Connect, Summer 2010: 14-15. Online verfügbar: [http://casualconnect.org/content/Magazine/summer\\_10/cc\\_mag\\_summer\\_2010.pdf](http://casualconnect.org/content/Magazine/summer_10/cc_mag_summer_2010.pdf) (Stand: 24.11.2011)

*Rohrl, David*, 2011, Fundamentals of Social Game Design – Part Three: Fostering Collaboration. In: Casual Connect, Winter 2011: 59-60. Online verfügbar:  
[http://casualconnect.org/content/Magazine/winter\\_11/casual\\_connect\\_magazine\\_winter\\_2011.pdf](http://casualconnect.org/content/Magazine/winter_11/casual_connect_magazine_winter_2011.pdf)  
(Stand: 24.11.2011)

*Schönberger, Klaus*, 2000, Internet und Netzkommunikation im sozialen Nahbereich. Anmerkungen zum langen Arm des ‚real life‘, in: forum medienethik 2/2000: Netzwelten, Menschenwelten, Lebenswelten. Kommunikationskultur im Zeichen von Multimedia, S. 33-42.

*Tellerman, Shanna*, 2010, The Debate Over Hardcore Female Gamers. Beginning to Bridge the Gender Gap. Casual Connect, Summer 2010: 16. Online verfügbar: [http://casualconnect.org/content/Magazine/summer\\_10/cc\\_mag\\_summer\\_2010.pdf](http://casualconnect.org/content/Magazine/summer_10/cc_mag_summer_2010.pdf) (Stand: 24.11.2011)

*Williams, Dmitri*, 2006, Why Game Studies Now? Gamers Don't Bowl Alone. Games and Culture, 1 (1): 13-16.

### **Kontakt zum Autor:**

Katharina E. Kinder

Department of Management Science  
Lancaster University Management School  
Bailrigg, Lancaster LA1 4YX, United Kingdom  
k.kinder[at]lancaster.ac.uk

### **Bitte diesen Artikel wie folgt zitieren:**

Kinder, Katharina E. (2012): „You have a Farmville gift request“ – Thesen zum Erfolg von Social Casual Gaming auf Facebook. In: Zurawski, Nils / Schmidt, Jan-Hinrik / Stegbauer, Christian (Hrsg.): Phänomen „Facebook“. Sonderausgabe von kommunikation@gesellschaft, Jg. 13, Beitrag 7. Online-Publikation: <http://nbn-resolving.de/nbn:de:0228-201213072>