



RE:GAIN

Politische Meinungsbildung im Kontext von Gaming-Communitys Abschlussbericht



Violence
Prevention Network

RE:GAIN

Gaming-Plattformen & Rechtsextremismus |
Online-Intervention und -Deradikalisierung

**Politische Meinungsbildung im
Kontext von *Gaming-Communitys***

Abschlusspublikation

Inhalt

1. Einleitung.....	4
2. Politische Meinungsbildung (Online)	6
3. Politische Meinungsbildung, Gaming und Rechtsextremismus.....	8
4. Monitoring des Projektes RE:GAIN	11
4.1 Steam.....	11
4.2 GameStar & PC Games	15
4.3 Reddit	16
4.5 YouTube.....	18
4.6. Discord.....	20
4.7 Live-Streaming auf Twitch, DLive, Kick und Co.	21
4.8 Social Media: TikTok & Instagram	22
5. Fazit	23
6. Handlungsempfehlungen	24
Literatur.....	26
Impressum.....	30

1. Einleitung

Der öffentliche Diskurs rund um das Thema *Gaming* und Rechtsextremismus scheint häufig den Eindruck zu vermitteln, dass *Gaming-Communitys* per se extremistisch und antidemokratisch eingestellt sind oder dort zu Gewalt aufgerufen wird und somit als Ganzes problematisiert werden müssen (vgl. Schlegel/von Eyb 2024). Bei näherer Betrachtung zeigt sich jedoch ein diverseres Bild. Eine differenzierte Betrachtung des Zusammenhangs von *Gaming-Communitys* und Rechtsextremismus ist notwendig, um der Komplexität und Vielfalt des digitalen Raums gerecht zu werden und Stereotypisierung zu vermeiden. Während rechtsextreme Akteur*innen tatsächlich *Gaming-Plattformen* und *-Communitys* nutzen, um ihre Botschaften zu verbreiten und Nachwuchs zu rekrutieren, kann dies nicht auf die gesamte *Community* übertragen werden.

Dass *Gaming* längst kein Nischenphänomen mehr ist, sondern sich zu einem zentralen Bestandteil der modernen Unterhaltungslandschaft entwickelt hat, wird besonders durch die Marktzahlen, die vielfältige Spieler*innengemeinschaft und die allgegenwärtige Präsenz von Videospielen in diversen Lebensbereichen deutlich. So wurde der globale *Gaming*-Markt 2022 von *Fortune Business Insights* (2024) auf 249,55 Milliarden US-Dollar geschätzt und mit Prognosen versehen, die in den kommenden Jahren ein weiteres Wachstum vorhersagen. Besonders unter jungen Menschen zählen digitale Spiele vermehrt zu einem festen Bestandteil ihrer (Online-)Lebenswelt. Laut der aktuellen JIM-Studie (Jugend, Medien, Informationen) des *Medienpädagogischen Forschungsverbandes Südwest* spielen 76% der Jugendlichen im Alter von 12 bis 19 Jahren regelmäßig digitale Spiele (vgl. Feierabend et al. 2022, S.49). Somit setzt sich der Anstieg jugendlicher *Gamer*innen* wie in den vorherigen Jahren (2021 72%, 2020 68%, 2019 63%) weiterhin fort (vgl. ebd.).

Auch die Projekterfahrungen von RE:GAIN von Februar 2023 bis Januar 2024 stellen der Stereotypisierung von *Gaming-Communitys* ein tiefergehendes Monitoring gegenüber, das den differenzierten Charakter dieser digitalen Räume verdeutlicht. Im Projektverlauf wurde das Potenzial von *Gaming-Plattformen* als Orte politischer Meinungsbildung untersucht und insbesondere die Präsenz und Verbreitung rechtsextremer Inhalte betrachtet. Hierzu wurden im ersten Schritt Plattformen mit *Gaming*-Bezug von den Projektmitarbeiter*innen

hinsichtlich rechtsextremer Inhalte durchleuchtet und Beiträge dokumentiert. Ein weiterer Fokus lag im weiteren Projektverlauf auf der Interaktion mit *User*innen*. So wurden auf den fünf ausgewählten Plattformen *YouTube*, *Reddit*, *Steam*, *GameStar* Forum und *PC Games* Forum im Erhebungszeitraum in 63 Kommentarsträngen mitdiskutiert und 43 eigene Diskussions-Beiträge verfasst. Zusätzlich erstellte das Projekt 43 *Social-Media-Content*-Beiträge mit *Gaming*-Bezug die sich bspw. mit dem Zusammenhang zwischen *Gaming*, Rechtsextremismus, Misogynie und Rassismus auseinandersetzen. Diese Beiträge wurden sowohl auf *Instagram* als auch auf *TikTok* veröffentlicht. Ausgehend von der Frage, wie politische Meinungsbildung in digitalen *Gaming*-Räumen funktioniert und welche spezifischen Herausforderungen und Potenziale diese Umgebungen bieten, stellt der Bericht die sich aus dem Monitoring ergebenden Projektergebnisse vor und untersucht Plattformen mit *Gaming*-Bezug – darunter *Steam*, *GameStar*, *Reddit* und *YouTube* – auf ihre strukturellen und dynamischen Eigenschaften.

Diese Plattformen zeichnen sich durch spezifische Formen der Interaktion, Moderation und Nutzungsintensität aus, die jeweils unterschiedliche Effekte auf die politische Meinungsbildung und die Verbreitung von extremistischen Inhalten haben. Die Beobachtungen des Projektes weisen darauf hin, dass Plattformen mit geringer Moderationsdichte, wie etwa *Steam*, Räume bieten können, in denen rechtsextreme Akteur*innen ohne nennenswerte Einschränkungen agieren und sich vernetzen. Im Gegensatz dazu zeigen sich Plattformen wie das *GameStar*-Forum, die von einer stärkeren Moderation geprägt sind, als Orte mit regulierter Diskussionskultur, die teils dezidiert zu einem demokratischen Austausch beitragen und extremistische Äußerungen begrenzen können. Neben der Betrachtung der strukturellen Aspekte von Plattformen widmet sich der Bericht auch der Frage, inwieweit die parasoziale Beziehung zwischen *Gaming-Influencer*innen* und ihren Anhänger*innen zur Verbreitung politischer Meinungen beitragen können und hebt hervor, dass politische Meinungsbildung in *Gaming-Communitys* nicht nur durch explizite politische Diskussionen beeinflusst wird, sondern auch durch subtile Inhalte wie *Memes*, Spielegestaltungen und algorithmisch gesteuerte Inhalte. Vor diesem Hintergrund widmet sich die Publikation auch der Rolle algorithmischer Inhalte auf *Social-Media*-Plattformen, die durch Empfehlungsmechanismen und Filterfunktionen oft selektiv Inhalte an Nutzer*innen ausspielen und so die Reichweite bestimmter Narrative gezielt verstärken können.

Als Ergebnis des Projektvorhabens werden im Anschluss Handlungsempfehlungen formuliert, die darauf abzielen, pädagogische bzw. sozialarbeiterische Fachkräfte für die Herausforderungen und Chancen der politischen Meinungsbildung in *Gaming-Communitys* zu sensibilisieren und mögliche Ansatzpunkte für Präventionsprojekte zu bieten.

2. Politische Meinungsbildung (Online)

Politische Meinungsbildung findet an verschiedenen Orten statt. Im digitalen Bereich spielen Soziale Medien, Online-Plattformen und ihre Algorithmen dabei eine zentrale Rolle. Im folgenden Abschnitt wird zunächst auf grundlegende Prozesse der Meinungsbildung eingegangen. Im Anschluss werden Erkenntnisse hinsichtlich der Meinungsbildung auf *Social Media* und *Gaming*-Plattformen ebenso wie der Einfluss von Plattform-Logiken und -dynamiken vorgestellt.

Unter dem Begriff Meinung werden „(...) Werturteile, Beurteilungen, Ansichten, Auffassungen, Überzeugungen und sonstige wertenden Aussagen“ verstanden (Oertel et al. 2022, S. 10), die weder wahr noch unwahr sind. Schweiger (2017) grenzt Meinungen zusätzlich von Einstellungen und Werten ab und definiert sie als „die Bewertung eines Objekts durch eine Person, die diese auf der Basis ihres Wissens über das Objekt und vergleichbare Objekte trifft“ (S. 113). Prinzipiell lässt sich zwischen individueller und öffentlicher Meinungsbildung unterscheiden; sie stehen jedoch zueinander in einem Verhältnis der Wechselwirkung. Unter individueller Meinungsbildung versteht man das

„(...) Herausbilden politischer Einstellungen bei Medienrezipient/innen, die zugleich als Bürger/innen am politischen System beteiligt sind“; die öffentliche Meinungsbildung bezeichnet hingegen „(...) das Entstehen der öffentlichen Meinung zu einem strittigen Thema (...)“ (Oertel et al. 2022, S. 10).

Während bis zum Aufkommen Sozialer Medien öffentliche Diskurse vor allem von Massenmedien geprägt waren, änderte sich dies mit Beginn der 2000er Jahre. *Content*, der sowohl von privaten als auch kommerziellen Nutzer*innen und Gruppen in den sozialen Netzwerken, Foren und Blogs veröffentlicht wird, erreicht eine breite Öffentlichkeit und trägt somit zum Wandel der Meinungsbildung und zu gesellschaftlichen Aushandlungsprozessen bei (vgl. Materna 2021). Zeitgleich werden die dabei entstehenden Inhalte seitens der Massenmedien erneut aufgegriffen und verwertet. Allgemein erhöht sich durch die Zunahme

an Sender*innen die Anzahl der zur Verfügung stehenden Informationen, auf die Empfänger*innen zurückgreifen können. Besonders für junge Menschen kann diese Flut an Informationen überfordernd wirken, sodass sie als Reaktion die Vielzahl an Inhalten entsprechend ihrer eigenen Vorlieben und Überzeugungen vereinfachen, anstatt diese objektiv gegeneinander abzuwägen (vgl. Hannon 2020). Dies kann dazu führen, dass sich bereits vorhandene Polarisierungstendenzen weiter verstärken (vgl. ebd.). Qualitative Forschungsergebnisse deuten zudem darauf hin, dass Jugendliche seltener eigene Beiträge zu politischen Themen öffentlich teilen. Stattdessen bevorzugen sie geschützte Bereiche wie Chats und Gruppen mit ihren Peers in Sozialen Medien oder auf *Gaming-Plattformen*, um über unterschiedliche politische Themen, die einen Bezug zur eigenen Lebenswelt aufweisen, zu diskutieren (vgl. Materna et al. 2021). Zugleich sind sowohl das politische Interesse als auch das Engagement von Jugendlichen in den letzten Jahren deutlich gestiegen. So geben 55% an, politisch interessiert zu sein und 37% sind sogar bereit, sich politisch zu engagieren. Das Interesse ist zudem nicht mehr geschlechtsspezifisch und wird als langfristiger Trend gesehen, der über kurzfristige mediale Phänomene hinausgeht (vgl. Albert et al. 2024, S.13).

Die Informationsbeschaffung zur Meinungsbildung über politische Themen findet unter Jugendlichen mehrheitlich online statt (vgl. ebd.). Als besonders ansprechend zur Vermittlung von politischen Themen für junge Menschen zeigen sich dabei Unterhaltungsformate, die mit humoristischen Inhalten auf unterschiedliche gesellschaftliche Belange aufmerksam machen (vgl. Griese et al. 2020). Oder es werden Video-Collagen ausgespielt, die die Aufmerksamkeit der Konsument*innen binden sollen (vgl. Glanz 2023). Dabei wird der eigentliche Inhalt, wie z. B. der Redebeitrag eines Influencers, mit einem Ausschnitt aus dem Mobile-Game „Subway Surfer“ kombiniert.

Während für Nachrichtensendungen eine journalistische Redaktion über den Nachrichtenwert bestimmter Meldungen entscheidet, wird diese Funktion auf zahlreichen Online-Plattformen mittlerweile von Algorithmen übernommen. Sogenannte Informationsintermediäre, also zum Beispiel Suchmaschinen oder *Social Media-Plattformen*, sammeln Informationen in großer Zahl (vgl. Oertel et al. 2022, S.9f.). Sie erstellen selbst keine Inhalte, sondern filtern diese und zeigen sie Nutzer*innen basierend auf deren Vorlieben (erhoben anhand deren Nutzungsdaten) an. Durch Algorithmen wird festgelegt, wer wann welche Information auch tatsächlich angezeigt bekommt. Wie die Algorithmen bestimmter

Plattformen genau funktionieren ist dabei nicht immer transparent. Auch, wenn im wissenschaftlichen Diskurs der Einfluss von Filterblasen und Echokammern auf Prozesse der Meinungsbildung und Radikalisierung umstritten ist, herrscht größtenteils Einigkeit darüber, dass Algorithmen einen Einfluss auf den Prozess der politischen Meinungsbildung haben (vgl. ebd. S.105ff.). Die Tendenz, dass sich Menschen online vorrangig mit Gleichgesinnten über politische Themen austauschen und *Content* konsumieren, der ihre Meinung stützt, ist laut aktuellen Studien nicht ausschließlich in Sozialen Medien zu beobachten, sondern auch im analogen Raum (vgl. ebd. S.109). Dennoch nutzen insbesondere rechtsextreme Akteur*innen und Gruppierungen diese Funktionslogiken, um ihre ideologische Weltsicht mit Hilfe von Desinformationen und angst- und hassschürenden Kampagnen zu verbreiten und von alternativen Auffassungen abzuschotten (vgl. ebd.).

Gaming-Plattformen bieten einen Raum, in dem rechtsextreme Inhalte in einem exklusiven und weniger öffentlichen Umfeld verbreitet werden können (Schmitt et al., 2020, S. 88). Angelehnt an die Struktur von Imageboards eröffnen insbesondere rechtsgerichtete Gruppen Kommunikationsräume, die keinerlei Moderation unterliegen. In diesen können Teilnehmende ihre extremistischen Ansichten ungefiltert teilen und sich aus den kursierenden ideologischen Fragmenten eine individuell-subkulturelle Ideologie zusammenstellen.

Die Terroranschläge in Utøya/Norwegen (2011), Charleston/USA (2015), München (2016), Pittsburgh/USA (2018), Christchurch/Neuseeland (2019), Halle (2019) und Hanau (2020) verdeutlichen, dass die Täter teilweise in rechtsextremen *Gaming*-Subkulturen interagierten. Auch wenn diese nicht als alleinige Ursache für die Radikalisierung der Täter gelten können, stellen sie dennoch eine neue Herausforderung für die Extremismusprävention und -intervention dar. Im Gegensatz zu herkömmlichen radikalen und extremistischen Gruppierungen mit strengen Hierarchien und kontrollierter Kommunikationspolitik sind diese dezentralen Gruppen und ihre Mitglieder nur schwer erreichbar.

3. Politische Meinungsbildung, *Gaming* und Rechtsextremismus

Videospiele und *Gaming*-nahe Plattformen haben in gesellschaftlichen und politischen Diskussionen der vergangenen Jahre zunehmend an Bedeutung gewonnen. Zum einen bieten die Plattformen Raum für demokratische, offene und vielfältige Diskurse, die von einer heterogenen *Community* getragen werden (vgl. Schlegel/von Eyb 2024). Zum anderen bergen

sie jedoch auch das Potenzial für antidemokratische und extremistische Ideologien. So stellte beispielsweise das Projekt RadiGaMe in seinem 2024 veröffentlichten Report fest, dass „auf den meisten *Gaming*- und *Gaming*-nahen Plattformen extremistische Narrative und Hinweise auf möglicherweise radikalisierte Nutzerinnen und Nutzer gefunden werden konnten“ (Winkler et al., S. 48). Jedoch variierte hierbei die Eignung für die Forschung stark, da Plattformen mit geringer Nutzer*innenbasis wenige auffällige Profile aufwiesen, während die mit einer hohen Nutzer*innenbasis viele extremistische Inhalte zeigten, jedoch oft ohne *Gaming*-Bezug (vgl. ebd.). Auch nach Anschlägen, Attentaten und Gewalttaten, insbesondere wenn junge Täter*innen beteiligt sind, wird durch Medien und Politik seit einiger Zeit (wieder) vermehrt das stark vereinfachte Narrativ der Radikalisierung in die Gewalt durch sog. „Killerspiele“ und andere gewaltvolle digitale Inhalte aufgebracht (vgl. Prinz 2023b, S.92). *Gaming Communitys* werden hierbei als homogene Gruppe verstanden, während die eigentliche Vielschichtigkeit der Szene außen vorgelassen wird. Rechtsextreme Akteur*innen erscheinen so als Stellvertreter*innen der *Gaming*-Kultur und erlangen zunehmend an Aufmerksamkeit (vgl. ebd.).

Politische Meinungsbildung im Bereich *Gaming* wird seit geraumer Zeit außerdem durch *Gaming-Influencer*innen* auf den *Gaming*-nahen Plattformen *YouTube* und *Twitch* bestimmt. Diese erreichen durch ihre große Anhänger*innenschaft oft Millionen von Menschen, insbesondere in jüngeren Zielgruppen, die klassische politische Informationsquellen seltener nutzen (vgl. Zipfel 2023). *Gaming-Influencer*innen* fungieren nicht nur als Unterhalter*innen, sondern zunehmend auch als Meinungsführer*innen im digitalen Raum, indem sie neben ihren Hauptinhalten mit *Gaming*-Bezug auch politische Themen aufgreifen und öffentlich diskutieren. Die Glaubwürdigkeit dieser *Influencer*innen* basiert oft auf der Nähe zu ihrer *Community*, die durch eine sog. „parasoziale“ Beziehung entsteht – eine Verbindung, bei der die Follower*innen das Gefühl haben, die *Influencer*innen* persönlich zu kennen, obwohl die Kommunikation lediglich über digitale Medien stattfindet. Diese (para-)soziale Bindung verstärkt die Authentizität der Aussagen der *Influencer*innen* und somit ihre Wirksamkeit in der Meinungsbildung. (vgl. Duckwitz 2023).

Bezüglich extremistischer Inhalte auf diesen Plattformen stellt Maly (2020) fest, dass politische *Influencer*innen* aus dem rechten Spektrum trotz ideologischer Ablehnung der Gemeinschaftsstandards und Richtlinien populärer *Social Media*-Plattformen diese weiterhin

mit *Content* bespielen, um ein möglichst breites Publikum zu erreichen (vgl. Maly. 2020). Hierzu passen sie sowohl ihre Inhalte als auch das allgemeine Auftreten weitestgehend an den sog. *Mainstream* an, vermitteln jedoch weiterhin ideologische Narrative so subtil wie nötig und explizit wie möglich (vgl. ebd.). Kommt es jedoch zum sogenannten „*Deplatforming*“, also dem dauerhaften Ausschluss einzelner Personen oder Gruppen von digitalen Plattformen wie sozialen Netzwerken beispielsweise aufgrund der Verletzung der *Community-Standards*, werden Inhalte der Akteur*innen auf der jeweiligen Plattform unzugänglich (vgl. Fielitz/Schwarz 2020, S.14).

So wurden unter anderem die neonazistische Partei „Der III. Weg“ von *Facebook*, der identitäre Influencer Martin Sellner von *YouTube* und das rechtspopulistische Alternativmedium „Compact“ von *Facebook* und *Instagram* gesperrt (vgl. ebd. S.32). Diese Sperrungen halten bislang (Stand Januar 2025) weiterhin an. Versuche, mittels Eilantrag eine Entsperrung der *Facebook*-Seite „Der III. Weg“ zu erwirken, wurden 2021 seitens des *Bundesverfassungsgerichts* abgelehnt (vgl. Bundesverfassungsgericht 2021). Um dennoch weiterhin im digitalen Raum aktiv zu sein, nutzen einige rechte Akteur*innen im Anschluss an das *Deplatforming* alternative Plattformen oder bauen eine eigene Infrastruktur z. B. durch (Verlags-)Websites auf (vgl. Fielitz/Schwarz 2020 S.52f.). Die genannten Sperrungen und der Wechsel rechter Akteur*innen auf alternative Plattformen verdeutlichen die Maßnahmen zur Eindämmung extremistischer Inhalte im digitalen Raum. Diese Maßnahmen sind jedoch in einem größeren Kontext zu sehen, in dem die Verbreitung von Hassrede und menschenverachtenden Inhalten nicht nur eine Herausforderung für Plattformbetreiber*innen, sondern auch für den sozialen Zusammenhalt und die demokratischen Werte unserer Gesellschaft darstellt.

Hass im Netz wirkt sich dabei sowohl auf betroffene Personen als auch auf die Gesamtgesellschaft negativ aus, indem er den sozialen Zusammenhalt gefährdet und demokratische Werte untergräbt. Hass im Netz führt nicht nur bei den direkt betroffenen Personen zu psychischen Belastungen, sondern kann auch unbeteiligten Leser*innen dazu bringen, sich aus den *Communities* zurückzuziehen und von Gegenrede abzusehen (vgl. Geschke et al. 2019, S.28). Hassrede im digitalen Raum kann demnach zur Normalisierung von Gewaltakzeptanz und Vorurteilen ebenso wie zur Verstärkung bereits existierender sozialer

Spaltungen beitragen (vgl. ebd.) Dies betrifft besonders Gruppen, die oft Ziel von Hassbotschaften sind und dadurch weitere Marginalisierungen erfahren.

4. Monitoring des Projektes RE:GAIN

Die Beobachtungen und Erfahrungen des Projektes im Zeitraum Februar 2023 bis Januar 2024 werden ebenso wie allgemeine Erläuterungen zu den jeweiligen Plattformen in den folgenden Abschnitten ausführlich dargestellt und hinsichtlich ihrer Praxisrelevanz eingeordnet.

4.1 *Steam*

Die Videospiele-Vertriebsplattform *Steam* verzeichnet weltweit aktuell rund 69 Millionen Nutzer*innen (vgl. Kumar 2024)). Diese sind überproportional männlich (ca. 73 %) und durchschnittlich 18 bis 34 Jahre alt (vgl. similarweb 2024). *Steam* bietet neben der Funktion, Spiele zu kaufen und zu modifizieren auch die Möglichkeit mit anderen Spieler*innen in Kontakt zu treten. Mit der Funktion, Freundschaftsanfragen zu versenden und über die „Freundesliste“ zu sehen, wer gerade welches Spiel spielt, entsteht eine vernetzte Online-Spielekultur unter den aktiven Nutzer*innen. Zugleich laden Diskussionsforen und Gruppen mit einem Diskussionsbereich, einer Kommentarsektion sowie einem Live-Chat zu Austausch und Vernetzung über spezifische Spiele und *Gaming*-bezogene Themen, aber auch allgemeinere Themen, wie Musik, Sport, Kultur oder Politik ein. Offene Foren wiederum bieten den *User*innen* einen Ort, an dem sie ohne gesondertes Beitreten mitlesen und kommentieren können.

Die Kombination von *Online-Gaming* und *Community*-Funktionen unterscheidet *Steam* von anderen Plattformen und Diensten, die auch von rechtsextremen Akteur*innen genutzt werden. *Steam* bietet für sie vor allem den Vorteil, dass Diskussionen sehr wenig moderiert werden. Dies zeigt sich exemplarisch an der Differenz zwischen der enormen *User*innenzahl* und den lediglich 26 Moderator*innen (2021) für die gesamte Plattform, von denen die Hälfte ehrenamtlich tätig war (vgl. Kampf/Prinz 2022). Im Juni 2022 gaben die ehrenamtlichen *Steam*-Moderator*innen letztlich ihre Arbeit auf (vgl. *Steam* Forum 2022). Seitdem gibt es ausschließlich professionelle Moderator*innen, die von *Valve*, dem Betreiberunternehmen

von *Steam*, beauftragt werden. Eine aktuelle Liste von Moderator*innen stellt *Valve* unseres Wissens nicht zur Verfügung. Zudem können Spieleentwickler*innen die Diskussionen zu ihren Spielen selbst moderieren, sodass die offizielle Moderation von *Valve* in bestimmten Unterforen und Gruppen gar nicht erst aktiv wird (vgl. *Steamworks* 2022).

Zwar machen rechtsextreme Inhalte nur einen geringen Teil des Inhalts auf *Steam* aus, das Projekt konnte jedoch trotzdem mehrere eindeutig rechtsextreme *Steam*-Gruppen und rassistische sowie geschichtsrevisionistische Beiträge in öffentlichen Gruppen und Diskussionsforen identifizieren. Vor diesem Hintergrund untersuchte das Team von RE:GAIN rechtsextreme *Steam*-Gruppen, um einen Überblick über ihre Aktivitäten zu erhalten (vgl. (RE:GAIN 2023)). Es zeigte sich in den untersuchten Gruppen schnell, dass diese sich ohne plattformseitige Einschränkungen vernetzen können, da ein konsequentes Einschreiten der Moderation, selbst nach der Betätigung der Meldefunktion, in den meisten Fällen nicht zu erkennen war. Es existiert eine Vielzahl rechtsextremistischer Gruppierungen, die sich Symboliken des Nationalsozialismus sowie der sogenannten neuen Rechten bedienen; im Rahmen des Projektmonitorings wurden etwa 50 rechtsextreme Gruppen identifiziert, von denen jedoch nur eine entfernt wurde. Diese Gruppen tragen teils zutiefst rassistische und nationalsozialismusverherrlichende Namen wie „187 Arierbande“, „Kanakentreter“, „Türkenvernichter“ oder „SS-Verfügungstruppe“, um nur einige Beispiele zu nennen. Diese sind bis heute öffentlich auffindbar, und die Mitglieder präsentieren ihre Zugehörigkeit oft offen auf ihren Profilen.

Diese öffentliche Kennzeichnung dient u. a. der Vernetzung innerhalb der rechtsextremen Szene. Aus den Gruppen heraus verlagert sich die Kommunikation in digitale Spielwelten, wo sich ihre Mitglieder ungestört austauschen, rassistische Beleidigungen aussprechen und andere herabwürdigen können. Darüber hinaus entwickeln sie eigene Spiele, wie beispielsweise „Heimatdefender“, das rechtsextreme Narrative propagiert. In solchen Spielen wird unter anderem die Behauptung verbreitet, Migration habe zu bürgerkriegsähnlichen Zuständen geführt und Aktivist*innen der LGBTQ+-Bewegung würden die Straßen gewaltsam terrorisieren. Durch die schwache Moderierung und die starke Präsenz organisierter rechtsextremer Gruppierungen herrscht auf *Steam* eine Atmosphäre, in der alles sagbar scheint. Dies trägt wiederum zur Normalisierung rechtsextremer Sprache und Narrative bei.

Zudem nutzen die Gruppen die Möglichkeit, *User*innen* auf andere, einschlägigere Seite umzuleiten („*Off-Ramping*“).

Das Projektteam erprobte die Partizipation und Intervention in nicht dezidiert rechtsextremen *Steam*-Diskussionen mit dem Ziel, eine sichtbare Anlaufstelle für Fragen zu Radikalisierung anzubieten sowie in Form von Gegenrede auf antidemokratische Beiträge zu reagieren und so zu einer demokratischen Sprechkultur in der *Gaming-Community* beizutragen. Dafür wurde ein eigener Projektaccount („*re_gain*“) sowie eine zugehörige *Steam*-Gruppe („*regainex*“) erstellt, in die Verweise auf Beratungsstellen oder inhaltliche Beiträge zum Themenfeld Rechtsextremismus zur Verfügung gestellt wurden.

Der Hauptfokus lag auf dem offenen, deutschsprachigen Account „*Deutsches Forum*“ auf *Steam*, in dem verschiedene Themen aufgegriffen und diskutiert werden. Besonders interessant waren gesellschaftspolitische Diskussionen, die jedoch nur vereinzelt stattfanden. Grundsätzlich war in diesem Forum eine inoffizielle „keine Politik in Videospielen“-Regel zu beobachten, weshalb politische Beiträge meist *Community*-intern gemeldet und schnell gelöscht wurden. Das Projektteam startete ab Anfang 2023 acht eigene Threads, die sich sowohl auf *Gaming* als auch auf Rechtsextremismus sowie antidemokratische Einstellungen bezogen. Sie erzielten mit insgesamt 137 Antworten eine eher verhaltene Beteiligung. Ein Beitrag zum Thema *Gaming*-Journalismus wurde wegen angeblicher Themenferne gelöscht und der Projektaccount im Anschluss für 24h im Forum gesperrt. Es ist naheliegend anzunehmen, dass *User*innen* den Beitrag gezielt gemeldet haben, da Gleiches bei weiteren politischen Beiträgen anderer Nutzer*innen im Beobachtungszeitraum geschehen ist. Neben eigenen Themenbeiträgen kommentierte das Team auch in bereits bestehenden gesellschaftspolitischen Threads mit und beobachtete dabei eine eher niedrige Interaktionsdichte des Forums. Demzufolge scheint, im Vergleich zu Plattformen wie *Reddit* oder *Discord*, die öffentliche Austauschfunktion von *Steam* deutlich weniger genutzt zu werden. Auffällig war außerdem, dass meist die gleichen Accounts, die sich bereits untereinander kannten, antworteten. Es wurde deutlich, dass einige *User*innen* eingefahrene Konflikte miteinander hegten, weswegen die Stimmung schnell als angespannt bis aggressiv wahrgenommen wurde und der Austausch zum eigentlichen Themengegenstand in den Hintergrund rückte.

Ein weiteres gängiges Vorgehen des Forums war, sich die Profil-*History* von anderen *User*innen* anzusehen und diese aufgrund ihrer *Steam*-Aktivitäten zu kritisieren. So wurde auch der RE:GAIN-Account aufgrund seines Projektcharakters sowie aufgrund des Vorwurfs, „zu wenig Spiele zu haben“, angefeindet. Im Allgemeinen handelt es sich unserer Einschätzung nach beim „Deutschen Forum“ um eine kleine und eingeschworene *Community*, in der neue Mitglieder schnell auffallen und besonders beäugt werden. Zwar kam es öffentlich eher selten zu einem Austausch über Politik, jedoch teilten einige *User*innen* in Diskussionen wiederkehrend Ressentiments gegen das Gendern, „die Medien“ und den öffentlich-rechtlichen Rundfunk sowie gegen die vergangene Coronapolitik. Gelegentlich wurde auch Unterstützung für die *AfD* bekundet. Ein kohärentes Meinungsprofil der *User*innen* im Forum ließ sich aber nicht erkennen, da es auch immer wieder *User*innen* gab, die sich beispielsweise klar gegen *AfD*-Sympathisant*innen und ihre Beiträge positionierten. Im Vergleich zu anderen Plattformen wurde der Diskurs als enthemmter und teilweise rechtsoffen wahrgenommen.

In weiteren *Steam*-Gruppen war die Beteiligung sowohl an politischen als auch *Gaming*-relevanten Threads noch geringer. So zeigten sich in zwei der größten, deutschsprachigen *Steam*-Gruppen, „*German_Gamer_Community*“ (165.000 Mitglieder) und „*Deutschsprachige Steam Community*“ (44.700 Mitglieder) nur eine Beitragsdichte von neun Threads pro Monat. Beiträge von RE:GAIN erhielten dort nur vereinzelt Antworten. Diese Beobachtungen und Erfahrungen legen nahe, dass *Steam* als Plattform primär dem gemeinschaftlichen Spielen und der sozialen Vernetzung dient, während politische Diskussionen, insbesondere außerhalb explizit rechtsextremer Gruppen, eine untergeordnete Rolle spielen. Die niedrige Beteiligung an politischen Threads in den größten deutschsprachigen *Steam*-Gruppen deutet darauf hin, dass *Steam*-*User*innen* die Plattform nicht als zentrales Forum für politische Debatten oder Meinungsbildung nutzen. Gleichzeitig zeigt das Monitoring rechtsextremer Beiträge in öffentlichen Diskussionsforen, dass sich ideologisch Gleichgesinnte gezielt in einschlägigen Gruppen organisieren. Diese sind leicht auffindbar bleiben aufgrund der geringen Moderation auf *Steam* häufig ungestört, wodurch sie potenziell als Rekrutierungs- und Radikalisierungsräume fungieren können. Während also die öffentliche Austauschfunktion von *Steam* eine geringe politische Relevanz zu haben scheint, könnte die Plattform dennoch durch Netzwerkeffekte und die Möglichkeit privater Kommunikation eine Rolle in der Verbreitung extremistischer Inhalte spielen. Die begrenzte Sichtbarkeit von Diskussionen

außerhalb öffentlicher Gruppen erschwert jedoch eine umfassende Analyse der Dynamiken innerhalb dieser geschlossenen Communitys.

4.2 *GameStar & PC Games*

GameStar und *PC Games* sind nicht nur *Gaming*-Magazine, die sich in ihren Printausgaben in den letzten Jahren vermehrt auch mit politischen Themen auseinandergesetzt haben, sondern gehören mit ihren Websites zu den größten Plattformen des deutschsprachigen Videospielejournalismus. *GameStar* ist nach eigenen Aussagen „Deutschlands reichweitenstärkste Website für *PC-Games*“ (Klinge 2019) und betreibt „Europas größten redaktionellen *Gaming-Channel* auf *YouTube*“ (ebd.). Im Dezember 2022 hatte *GameStar.de* 6,6 Millionen *unique User*innen* (vgl. Statista Research Department 2023). Der *YouTube*-Kanal von *PC Games* hat im Oktober 2024 248.000 Abonnent*innen; *GameStar* weist zu diesem Zeitpunkt sogar über 1,53 Millionen Abonnent*innen auf. Beide Magazine zeichnet hinsichtlich der politischen Meinungsbildung neben der politischen Berichterstattung aus, dass sie auf ihren *Homepages* ein *Community*-Forum anbieten, in dem sich *Gamer*innen* über *unterschiedliche* Themen austauschen und miteinander vernetzen.

Sowohl im *GameStar*- als auch im *PC Games*-Forum erstellte das RE:GAIN Team Profile, um sich an Diskussionen zu beteiligen, eigene Themen einzubringen und Informationen zum Projekt bereitzustellen. Schnell zeigte sich jedoch, dass das *Community*-Forum von *PC Games* kaum noch aktive *User*innen* verzeichnete. Der letzte eigene gestartete Thread im September 2023 erhielt keine Antworten. Im Unterforum „Wirtschaft, Wissenschaft und komplexe Themen“, in dem gesellschaftspolitische Inhalte Platz finden dürfen, sind seitdem nur zwei neue Threads von anderen Nutzer*innen erstellt worden, wobei einer keine und der zweite nur zehn Antworten erhielt. Aus diesem Grund ist die Relevanz der *PC Games-Community* für die politische Meinungsbildung in der *Gaming*-Szene als sehr gering einzuschätzen. Das Team entschied sich darum, die Plattform nicht weiter zu nutzen. Eine Ausnahme stellte ein Meinungsartikel einer Redakteurin der *PC Games* zum Thema Frauenrollen in Videospielen, der anlässlich des neuen *GTA6*-Trailers veröffentlicht wurde, dar. Im Vergleich zu anderen Artikeln wurden hier über 200 Antworten verfasst, die teils antifeministische Ressentiments bedienten. Hier beteiligte sich das Team außerplanmäßig aufgrund der erhöhten Relevanz.

Im Gegensatz zu *PC Games* hat *GameStar* eine sehr aktive *Community*, weshalb das Projektteam sich dort kontinuierlich einbrachte. Die Logik des Forums ist es, dass *Threads*

meistens große Themen setzen und diese über Jahre weiterbesprochen und kommentiert werden (Bsp. der „Rechtsextremismus-Diskussionsthread“, der seit 2012 aktiv ist). Daher beendete das Projektteam nach mehreren Versuchen das Einbringen eigener *Threads*, da dies auf kritische Kommentare stieß. Der erfolgreichste eigene Thread erhielt 58 Antworten. Daneben wurden 2023 aber 43 Antworten in bereits bestehenden Threads verfasst. Dazu gehörten unter anderem der „Deutschland - Politik- und Wahlsammelthread“, der „Rechtsextremismus-Diskussionsthread“, der „Bald evtl. 25 Euro Rundfunkbeitrag noch zeitgemäß?“- und der „Deutscher Journalismus - Qualität, Lügen und/oder Unfähigkeit“-Thread.

Grundsätzlich ist das *GameStar*-Forum eine stark moderierte Plattform. Sowohl haupt- als auch ehrenamtliche Moderator*innen sind zu jeder Zeit präsent und beteiligen sich an Diskussionen. Die Diskussionen laufen dadurch meist geregelt ab und es herrscht eine verständigungsorientierte Atmosphäre. Zwar finden sich auch hier vereinzelte *User*innen* mit rechten Einstellungen, klare rechtsextreme Aussagen wurden allerdings nicht beobachtet. Auch bei *GameStar* handelt es sich wie bei *Steam* um eine eher eingeschworene *Community*. Nutzer*innen-Profile sind oft langjährig im Forum aktiv. Durch die Kontinuität der *User*innen* lässt sich schnell eine gewisse Bekanntheit unter den Aktiven erreichen. Diese waren im Großen und Ganzen offen für die Aktivitäten des Projektteams. Auch die professionellen Moderator*innen, mit denen das Team in Kontakt stand, waren hilfsbereit und unterstützend. Nur von den ehrenamtlichen Moderator*innen kamen gelegentlich kritische Bemerkungen. Insgesamt ist die Diskussions-Kultur und Qualität im *GameStar*-Forum als positiv zu bewerten. Der Anspruch an eigene Beiträge ist dementsprechend hoch und erfordert ein intensives Mitlesen und Recherchieren. Die Projekterfahrungen zeigen, dass es sinnvoll ist es, möglichst konstant zu kommentieren, jedoch auf Qualität, statt Quantität zu setzen.

4.3 *Reddit*

Reddit ist eine Online-Plattform, die das Prinzip von Online-Foren mit der Funktion der Nachrichtensammlung vereint. In verschiedenen Unterforen bzw. „*SubReddits*“ können sich *User*innen* über verschiedene Themen austauschen. Dabei deckt *Reddit* eine enorme Bandbreite an möglichen Interessen, darunter Wissenschaft, Technik, Kunst, Lifestyle, Politik etc., ab und ist nicht auf *Gaming*-Themen beschränkt. Zudem ist zu beachten, dass *Reddit*

keine Plattform für In-Game-Kommunikation bietet, sondern den Austausch in Form von Text- und Multimediainhalten außerhalb von Spielen ermöglicht. Im September 2024 hatte *Reddit* 3,4 Milliarden Aufrufe (vgl. Statista Research Department 2024). Die Altersgruppe, die *Reddit* in Deutschland anteilig am meisten nutzt, ist die der 20-29-Jährigen. Die zweithäufigsten Nutzer*innen finden sich in der Gruppe der 30-39-Jährigen (vgl. Statista Research Department 2017). Laut einer Umfrage von „Digital 2024“ waren im ersten Quartal 2024 mit 62% zu 38% deutlich mehr Männer als Frauen auf *Reddit* aktiv. Gerade für *Gamer*innen* ist *Reddit* eine viel genutzte und beliebte Plattform. Zu so gut wie jedem Videospiel gibt es einen eigenen *SubReddit*, bei großen Titeln sogar eigene *SubReddits* je Land, (z. B. *r/BattlefieldDE*, *r/CounterStrikeDE* oder *r/ValorantDE*). Außerdem gibt es spieleübergreifende Foren, in denen sich die *Gaming*-Szene austauscht. Eins der größten deutschsprachigen Foren zum Thema Videospiele ist *r/zocken* (248.000 Mitglieder). Daneben gibt es noch kleinere, wie zum Beispiel *r/PCGamingDE* (6.900 Mitglieder) oder *r/DACHGaming* (2.700 Mitglieder). Außerdem existiert im *SubReddit r/de* (1,7 Millionen Mitglieder) eine Unterkategorie „zocken“ zur thematischen Markierung von Posts. Im Vergleich zur *GameStar-Community* finden Diskussionen auf *Reddit* ein deutlich breiteres Publikum. Wichtig hinzuzufügen ist, dass sich durch die Struktur der *SubReddits* politische Einstellungen nicht gleich auf alle Foren verteilen. Es finden sich beispielsweise auch dezidiert rechtsoffene Austauschorte wie *r/dezwo* mit über 10.000 Mitgliedern.

Insgesamt wurden im Projektzeitraum in den *SubReddits r/zocken*, *r/PCGamingDE*, *r/DACHGaming* und *r/de* 29 eigene Beiträge eingebracht, die 635 Antworten anderer *User*innen* erhielten. Der erfolgreichste Beitrag war ein Post im *SubReddit r/zocken* mit 124 Kommentaren und 515 sog. „Upvotes“. Diese werden auf *Reddit* ähnlich wie Likes auf anderen Plattformen dafür genutzt, Zustimmung und Interesse anzuzeigen und sorgen dafür, dass Beiträge auf der Plattform vermehrt angezeigt und sichtbar gemacht werden (vgl. *Reddit* 2024). In den *SubReddits r/PCGamingDE* und *r/DACHGaming* ist die Aktivität der *User*innen* dagegen im Beobachtungszeitraum gering gewesen. In den bespielten *SubReddits* stellte sich die Diskussionskultur meist als produktiv dar. Im Allgemeinen sind viele der großen *SubReddits* gut moderiert und haben eine angemessene Netiquette – auch für kontroverse Debatten. Jedoch fanden sich gelegentlich auch rechtsextreme Narrative in den Diskussionen. So wurden unter einem Post von RE:GAIN zum Thema Holocaustgedenken in Videospiele

geschichtsrevisionistische Thesen vertreten. Allerdings traten im Regelfall andere *User*innen* solchen Positionen entgegen.

Da in allen beobachteten Foren nur selten politische Themen in Bezug auf *Gaming* in Posts von anderen *User*innen* aufgegriffen wurden, konnten Kommentare unter Beiträgen, die nicht vom Projekt stammten, nur vereinzelt eingebracht werden. Durch die große Nutzer*innenzahl war es für das Präventionsangebot schwer, einen Wiedererkennungswert zu erlangen, da einzelne Profile schnell in der Masse untergegangen sind. *Reddit* stellt nichtsdestotrotz einen für viele *Gamer*innen* leicht zugänglichen und vertrauten Ort dar, an dem auch politische Meinungsbildung stattfindet.

4.5 YouTube

YouTube ist die global größte Videoplattform mit aktuell 2,5 Milliarden monatlich aktiven Nutzer*innen und war im September 2024 nach *Google* die zweitmeistbesuchte *Domain* weltweit (vgl. Semrush 2024). *YouTube* stellt insgesamt eine der zentralen Meinungsbildungsplattformen für junge Menschen dar. In der Altersgruppe der 14-19-Jährigen nutzen 77% in Deutschland *YouTube*, von 20 bis 29 Jahren sind es 73% (vgl. Statista Research Department 2024). Interessant ist zudem, dass mit etwa 60% männliche Zuschauer in Deutschland überproportional vertreten sind (vgl. Schmidt 2022). Im Zusammenhang mit *Gaming* finden sich eine Vielzahl von Kanälen, die sich mit verschiedenen Aspekten von Videospielen beschäftigen. Dazu gehören Kanäle von Einzelpersonen, wie Streamer*innen, Let's-Player*innen, Meinungsblogger*innen, Entwickler*innen und Journalist*innen als auch Accounts von Firmen und Unternehmen wie *Gaming Magazine*, *Publisher* oder Entwicklungsstudios. Zudem gibt es im deutschsprachigen Raum fernsehähnliche Formate wie beispielsweise „*Rocket Beans TV*“ oder „*Game Two*“. Daneben werden *Gaming*-bezogene Events wie die *Gamescom* auf *YouTube* gestreamt und beworben.

Neben dem Thema *Gaming* äußern sich *Content-Creator*innen* auch zu gesellschaftspolitischen Themen und machen ihre Meinungen einem oftmals reichweitenstarken Publikum zugänglich. Die *Gamerin* Jasmin Sibel hat beispielsweise auf ihrem Hauptkanal „Gnu“ über 1,3 Millionen Abonnent*innen. Den größten *Gaming*-Kanal in Deutschland betreibt Erik Range („Gronkh“) mit knapp 5 Millionen Abonnent*innen. Immer wieder werden politische Neuigkeiten und Skandale von Creator*innen thematisiert. Im Jahr

2023 stand besonders die Diskussion um die Streamerin Pia Scholz („Shurjoka“) im Mittelpunkt, die den Preis als Gamerin des Jahres unter anderem für ihren politischen Aktivismus erhielt. Dabei rückten Themen wie Feminismus, queeres Leben und der Einsatz gegen Rechtsextremismus in den Fokus. Die Debatte eskalierte jedoch stellenweise, als einige Akteur*innen diese Themen für antifeministische Agitation instrumentalisierten (vgl. Prinz 2023a). Grundsätzlich lässt sich anhand von *YouTube* ein Verschwimmen zwischen *Gaming*-Subkultur und *Mainstream*-Konsum junger Menschen beobachten. So werden auch Debatten, die ursprünglich einen *Gaming*-Bezug haben, zunehmend von Meinungsblogger*innen und andere *Influencer*innen* auf einer breiteren politischen Ebene aufgegriffen und diskutiert.

Aufgrund der hohen Relevanz und Reichweite von *YouTube* wurde im Rahmen des Projekts RE:GAIN auch ein *YouTube*-Kanal angelegt, auf dem sowohl eigene Inhalte veröffentlicht als auch Kommentare sowie Antworten auf Kommentare anderer verfasst wurden. Parallel zum Kommentieren auf *Steam* war es das Ziel, den Projektaccount sichtbar zu machen sowie Gegenrede zu rechten Narrativen zu formulieren. 2023 wurden insgesamt 137 Beiträgen verfasst. Der Fokus lag auf Videos, die eine explizite Verbindung von *Gaming* und politisch relevanten Themen hatten. Beispielhafte Titel von Videos, in deren Kommentarspalten das Projektteam aktiv wurde, waren „Es nervt nur noch... aktuelle Politik in Videospiele“, „Frauen in Spielen | MEINUNG | Keine Frage des Geschmacks“ oder „Ist *Gaming* zu politisch geworden?“. Daneben wurde auch bei Kanälen und Videos kommentiert, die keinen direkten *Gaming*-Bezug haben, sich jedoch aufgrund der Vernetzung und/oder Erwähnung der jeweiligen *Creator*innen* im Kontext einer ähnlichen Zielgruppe bewegen. Hier wurde vor allem Gegenrede bei rechtsoffenen, antifeministischen oder dezidiert rechtsextremen Kanälen geleistet.

Gegenrede in Form von Kommentaren und Antworten auf Kommentare anderer *User*innen* hatte jedoch aufgrund der großen Menge an Kommentaren unter den meisten Videos einen eher begrenzten Effekt. In nur einem kleinen Teil der Fälle konnten in der Arbeit von RE:GAIN Folgenachrichten mit anderen *User*innen* ausgetauscht werden; in wenigen Einzelfällen ist dadurch eine längere Diskussion entstanden. Am besten hat dies bei kleineren Kanälen mit wenigen Tausend Abonnent*innen funktioniert, die jedoch dementsprechend weniger Gewicht in der Gesamtdebatte hatten. Brückennarrative zwischen *Gaming* und rechtsextremen Meinungen finden sich auf *YouTube* vor allem in einer Abwertung von

progressiven, feministischen und queerfreundlichen Inhalten in Videospielen unter dem Deckmantel eines „keine Politik in Videospielen“-Motivs. Eines der meistdiskutierten Themen war im Beobachtungszeitraum der Begriff „woke“, der fast ausschließlich negativ verwendet wird, um zu signalisieren, dass es um Inhalte geht, die Andersdenkenden ein vermeintlich „linkes“ Weltbild aufzwingen würden. Ein weiteres wiederkehrendes Thema war die Kritik an der Berichterstattung öffentlich-rechtlicher Medien – vor allem von Formaten des zugehörigen Netzwerks „funk“. Diese Perspektiven werden oft von großen *YouTuber**innen bedient, ohne dass diese dezidiert extreme Einstellungen fördern wollen. Trotzdem ist dadurch eine Öffnung der Debatte nach Rechts erkennbar, da über die Video- und Kanalvorschlagsfunktion bei derartigen Videos oftmals direkt rechte Akteur*innen, die das gleiche Thema aufgreifen, angezeigt werden. Trotz umfangreichem „Deplatforming“ von bekannten rechtsextremen Akteur*innen findet sich weiterhin eine große Zahl an rechtsextremen *YouTuber**innen sowie rechten Organisationen, die die Plattform nutzen. Problematisch ist vor allem die Scharnierfunktion, die gewisse Themen wie Ablehnung von Feminismus, der Kampf gegen „woke“ Inhalte oder die Kritik öffentlich-rechtlicher Medien einnehmen. Für Präventionsangebote ist *YouTube* daher eine relevante Plattform, die aber trotz ihrer grundsätzlichen Offenheit nicht leicht nutzbar erscheint. Kommentieren hat sich im Ansatz von RE:GAIN wenig effektiv erwiesen, um auf die Debatte Einfluss zu nehmen. Da es kaum Konstanz in den Kommentarspalten gab, war es zudem schwer, Sichtbarkeit zu generieren und einen Wiedererkennungswert zu schaffen. Ein möglicher, erfolgversprechenderer Ansatz für zukünftige Projekte könnte eine direkte Kontaktaufnahme zu *Creator**innen per Direktnachricht oder E-Mail sein, um diese im privaten Kontakt für antidemokratische Einstellungen zu sensibilisieren und mittels der Vorbildfunktion der jeweiligen *YouTuber**innen nachhaltiger auf die *Community* einzuwirken.

4.6. Discord

Mittlerweile besitzt die Mehrheit der *Streamer**innen, *Gaming-Clans* oder Serverbetreiber*innen in Online-Videospielen einen eigenen *Discord*-Server. Im Januar 2023 hatte *Discord* ca. 563 Millionen registrierte *Accounts* (vgl. Ceci 2023). Jeder *Discord*-Server hat seine eigenen Regeln und Moderationsansätze. In der Vergangenheit haben sich Rechtsextreme auf einschlägigen *Discord*-Servern zu Aktionen verabredet, so z. B. zu der rechtsextremen Demonstration in Charlottesville 2017 (vgl. Stürenburg/Kühlewind 2022).

Zwar entfernt *Discord* seitdem verstärkt eindeutig rechtsextreme Server, jedoch können nicht-öffentliche Server, für die eine Beitrittsanfrage gestellt werden muss, leichter unter dem Radar agieren und durch die Struktur von *Discord* ohne großen Aufwand umziehen oder ihren Namen ändern.

4.7 Live-Streaming auf Twitch, DLive, Kick und Co.

Ein weiterer Bereich von *Online-Gaming-Communitys* ist *Live-Streaming*. Die meistgenutzte und bekannteste Plattform hierfür ist *Twitch*. Im September 2024 verzeichnete *twitch.tv* 1,1 Milliarden Besuche (vgl. Statista Research Department 2024). Laut einer Statista-Umfrage im Jahr 2020/21 streamt jede*r zehnte *Gamer*in* in Deutschland (vgl. Bocksch 2021). Ein Blick in die aktuellen Charts der durchschnittlich meistgesehenen *Streamer*innen* zeigt, dass von den TOP 15 der deutschen *Twitch-Streamer*innen* elf mit *Gaming-Content* bekannt geworden sind. Im Vergleich zum Internetforum-Format von *Reddit* und *GameStar* ist die Zuschauer*innen-Gruppe auf *Twitch* deutlich jünger. 41,5% der Konsument*innen waren im August 2024 in der Altersgruppe der 14 - 29-Jährigen (vgl. Harms 2024). Neben *Twitch* wird auch auf *YouTube* gelegentlich gestreamt, jedoch scheint die Relevanz der *Streams* dort für *Gaming*-bezogene Inhalte in Deutschland deutlich geringer. Mittlerweile gibt es noch weitere *Streaming*-Plattformen, die zwar weniger Reichweite, aber gewisse Spezifika aufweisen. Dazu zählen *DLive*, *Kick* oder *Rumble*. *Kick.com* zeichnet sich als Konkurrent zu *Twitch* vor allem dadurch aus, dass es auf der Plattform akzeptiert ist, *Casino-Streams* anzubieten. Die Hauptkategorien von *Streams* waren im ersten Quartal 2023 mit großem Abstand „Slots & Casinos“ sowie „Just Chatting“. Jedoch finden sich daneben auch klassische *Gaming-Streams*.

Attraktiv für *Streamer*innen* ist zudem die Monetarisierung ihrer Inhalte, da im Vergleich zu *Twitch*, *Kick* einen kleineren Teil des Umsatzes als Plattformbetreiber*in einbehält (vgl. Werner 2023). Sowohl *DLive* als auch *Rumble* haben dagegen im deutschsprachigen Raum ein oft politisch einschlägigeres Publikum. So nutzt beispielsweise auch der aus Österreich stammende rechtsextreme Aktivist Martin Sellner die zuvor genannten Seiten als Alternativen zu populäreren Plattformen wie *YouTube* oder *Twitch*, da er von diesen seit einigen Jahren verbannt wurde. Grundsätzlich sind diese alternativen Plattformen deutlich weniger moderiert, was sie für Personengruppen mit rechtsextremen Ansichten und dem Bedürfnis,

diese im Netz zu verbreiten, interessant macht. Für *Gaming-Communitys* im Allgemeinen sind sie allerdings aufgrund ihrer geringen Reichweite eher als weniger relevant einzuschätzen.

4.8 Social Media: TikTok & Instagram

Instagram, *Snapchat* und *TikTok* sind die drei meistbenutzten Plattformen bei jungen Menschen zwischen 14 und 19 sowie 20 und 29 Jahren, wobei *Instagram* die Beliebteste ist (vgl. Koch 2023). Laut eigenen Angaben hat die Plattform 20,9 Millionen monatliche Nutzer*innen in Deutschland (vgl. *TikTok* 2023). *Gaming*-Inhalte und *-Communitys* auf *Social-Media*-Plattformen wie *Instagram* und *TikTok* sind sehr beliebt und tragen zur politischen Meinungsbildung bei, insbesondere durch ihre visuelle und interaktive Gestaltung. Auf *TikTok* erreichen die häufigsten *Gaming*-bezogenen *Hashtags* über 40 Milliarden Aufrufe pro Monat, was das Potenzial zur Meinungsverbreitung verdeutlicht (vgl. *TikTok* 2022). Neben dem Spielen selbst dienen diese Plattformen als Austauschforen, in denen politische Themen, die *Gamer*innen* betreffen, diskutiert werden. Durch die lockere Atmosphäre und die humorvolle Aufbereitung der Inhalte erreichen politische Botschaften oft ein breiteres Publikum, besonders unter jüngeren Nutzer*innen, die diese Plattformen regelmäßig nutzen. Die Art und Weise, wie politische Inhalte auf *TikTok* und *Instagram* verbreitet werden, birgt jedoch auch Risiken. Die Algorithmen der Plattform und die kurzformatigen Videos begünstigen oft emotionale und polarisierende Inhalte. Stark vereinfachte politische Positionen finden so oft stärkere Verbreitung, was zur Bildung von Meinungsblasen und zur Verbreitung von Desinformation führen kann (vgl. Kümpel/Rieger 2020, S.21 ff.). So gelingt es beispielsweise auch rechtsextremen Akteur*innen auf *TikTok*, besonders jüngere Zielgruppen mit subtilen Codes, Symbolen und durch Algorithmen begünstigte emotionale Inhalte zu erreichen (vgl. Franke/Hajok 2023).

Vom Projekt RE:GAIN wurden im Projektverlauf jeweils 40 Video-Beiträge (sog. *Shorts*) auf den Plattformen *Instagram* und *TikTok* veröffentlicht. Dabei wurden insgesamt 14.289 Aufrufe, 84 Kommentare und 138 Likes erzielt. Damit konnten die *Shorts* nur bedingt eine relevante Reichweite erzeugen. Vom Projektteam sind diesbezüglich keine klaren Indikatoren festzustellen, die eine Erhöhung/Verminderung der Reichweite vorhersehen. Die Videos konnten vereinzelt Reaktionen hervorrufen, haben aber nicht zu relevanten Kommunikationsanfragen geführt. Ein zielführender Ansatz hierfür könnte für die Zukunft

sein, längere und aufwendigere Videoformate umzusetzen, die ein Themenfeld ausführlicher betrachten.

5. Fazit

Das Projektmonitoring zeigt deutlich, wie unterschiedlich politische Meinungsbildung auf den jeweiligen Plattformen stattfindet und welche Herausforderungen dabei bestehen. Es wurde festgestellt, dass Plattformen wie *Steam*, die wenig moderiert sind, potenziell ein Umfeld bieten, in dem sich rechtsextreme Akteur*innen ohne größere Hindernisse organisieren und vernetzen sowie eine feindselige Atmosphäre schüren können. *GameStar* hingegen bietet ein engmaschig moderiertes Umfeld mit einer oft intensiven, verständigungsorientierten Diskussionskultur, die durch langjährige Nutzer*innen geprägt ist. *Reddit* zeigt sich als breitere Plattform mit einer jüngeren Nutzer*innenschaft, die auch kontroverse Debatten zulässt und moderiert. Hier gibt es eine größere Durchmischung von politischen Einstellungen, und Debatten erreichen oft ein produktives Niveau. Auf *YouTube*, wo durch *Content-Creator*innen* *Gaming* und gesellschaftspolitische Inhalte verschmelzen, ist die Meinungsbildung stark von einflussreichen Persönlichkeiten geprägt. Insbesondere Debatten über feministische und progressive Themen stoßen in einigen *Communitys* auf Widerstand in Form von Abwertungen. Auch dort nutzen rechte Akteur*innen Brückennarrative, um ihre Inhalte zu verbreiten.

Die politische Meinungsbildung in *Gaming-Communitys* zeigt sich daher sehr heterogen und wird stark durch die jeweilige Plattformstruktur und Moderationskultur beeinflusst. Während auf *Steam* und teilweise *YouTube* eine gewisse Offenheit für extremere und oft rechtsoffene Narrative beobachtet wurde, setzen stärker moderierte Plattformen wie *GameStar* und *Reddit* Grenzen und fördern teils eine regulierte Diskussionskultur.

Eine Herausforderung besteht weiterhin darin, Accounts zu erreichen, die sich durch die besondere Struktur von *Online-Communitys* einem direkten Zugang entziehen. Diese *Communitys* sind oft dezentral organisiert und verfügen über dynamische Kommunikationskanäle, wodurch Mitglieder problemlos ihre Identität wechseln, Plattformen wechseln oder geschlossene Räume nutzen können. Dies macht es besonders kompliziert, nachhaltig Zugang zu diesen Gruppen zu finden, ohne dabei invasive oder überwachungsintensive Methoden einzusetzen, die datenschutzrechtliche und ethische

Fragen aufwerfen. Ein weiteres zentrales Problem bleibt die geringe Sichtbarkeit von Gegenrede und Inhalten von Akteur*innen der Präventionslandschaft gerade auf Plattformen mit einer großen Nutzer*innenbasis und hoher Kommentardichte wie *YouTube*.

Für Präventionsprojekte liegt ein potenziell erfolgreicher Ansatz in gezielter Zusammenarbeit mit einflussreichen *Creator*innen* und in der Stärkung moderierter Foren, die eine produktive Diskussion fördern und extremistischen Meinungen entgegenwirken können.

6. Handlungsempfehlungen

Wie die Ergebnisse der Untersuchung zeigen, gehen mit der politischen Meinungsbildung in *Gaming-Communitys* Herausforderungen, aber auch Chancen für die Präventionslandschaft einher. Basierend auf den Erkenntnissen des Projektes werden im Folgenden Handlungsempfehlungen für die Praxis formuliert. Diese sollen sowohl als Leitlinien für Akteur*innen im Bereich der Prävention und der politischen Bildung dienen als auch Anhaltspunkte für die Gestaltung sicherer und demokratischer Online-Räume in *Gaming-Communitys* bieten.

Niedrigschwellige Anlaufstellen schaffen und *Community-Bindung* fördern: Für Betroffene von extremistischen Ansprachen oder Hassrede sollten leicht zugängliche Beratungsangebote auf den Plattformen weiter etabliert werden, um professionelle Unterstützung und Beratung anzubieten. Präventionsangebote auf den Plattformen müssen dafür kontinuierlich sichtbar und ansprechbar bleiben, um Vertrauen und Wiedererkennungswert innerhalb der *Communitys* aufzubauen. Dies erfordert sowohl den Ausbau personeller Ressourcen als auch eine strategische Planung, die auf Langfristigkeit der Projekte abzielt.

Evaluation und Anpassung der Maßnahmen: Um auf die dynamischen Entwicklungen in digitalen *Gaming*-Räumen zeitnah reagieren zu können, sollten Präventionsmaßnahmen regelmäßig evaluiert und bei Bedarf an mögliche Veränderungen angepasst werden. Die Dynamik des Feldes, das geprägt ist von einem schnellen technologischen Fortschritt, neuen Trends und einer stetig wachsenden Nutzer*innenbasis, erfordert ein flexibles und kontinuierliches Monitoring. Auch müssen Spieler*innen und andere Beteiligte aktiv in den

Evaluationsprozess eingebunden werden. Ihr Feedback liefert wertvolle Einblicke in die Wahrnehmung und Akzeptanz der Maßnahmen.

Moderation stärken und sichere Diskussionsräume fördern: *Gaming*-Plattformen, die durch geringe Moderationsdichte auffallen, sollten verstärkt Ressourcen für den Ausbau ihrer Moderationsstrukturen einsetzen. Eine intensivere Moderation kann dazu beitragen, extremistische Inhalte frühzeitig zu erkennen und Gegenmaßnahmen einzuleiten. Plattformen mit etablierten Moderationsstrukturen können hierbei als Vorbild dienen. Es empfiehlt sich außerdem, diese Räume durch Kooperationen mit den Plattform-Betreiber*innen zu unterstützen und vergleichbare Strukturen auf anderen Plattformen zu etablieren, da die Förderung einer respektvollen Diskussionskultur essenziell ist, um demokratische Werte und einen freien Diskurs auf den Plattformen zu stärken. Die Schulung und Ausbildung von Moderator*innen kann durch den gezielten Wissenstransfer bewährter Praktiken aus der Präventionsarbeit erheblich bereichert werden. Dabei ist es besonders wichtig, Moderator*innen über relevante Symbole, Strategien und ideologische Chiffren aufzuklären. Dieses Wissen ermöglicht es ihnen, problematische Inhalte frühzeitig zu erkennen, angemessen darauf zu reagieren und extremistischer Kommunikation wirksam entgegenzuwirken.

Zusammenspiel von Online- und Offline-Bildungsangeboten: Gruppenbasierte Workshops zur Extremismusprävention fördern kritisches Denken sowie Medienkompetenz und helfen jungen Menschen, extremistische Inhalte und manipulative Kommunikationsstrategien zu erkennen und zu hinterfragen. Durch die Vermittlung von Empathie und der Fähigkeit zum Perspektivwechsel sollen Vorurteile abgebaut und die Akzeptanz pluralistischer Meinungen gefördert werden. Die dabei entstehenden Kompetenzen stärken nicht nur den Umgang mit extremistischen Inhalten, sondern auch die konstruktive Teilnahme an gesellschaftlichen Debatten. Junge Menschen werden dazu befähigt, eigenverantwortlich zu handeln, ein respektvolles Miteinander zu fördern und demokratische Werte zu schützen – sowohl in digitalen als auch in realen Kommunikationsräumen. Das Zusammenspiel aus Online- und Offline-Angeboten trägt zu einer ganzheitlichen Präventionsstrategie bei. Digitale Plattformen und Lernangebote wie *E-Learnings* bieten Möglichkeiten, die in den Workshops erarbeiteten Inhalte weiter zu vertiefen und einem breiteren Publikum niedrigschwellig zugänglich zu

machen. Zugleich werden durch die persönliche Interaktion in den Offline-Workshops soziale Bindung und Verantwortungsgefühl gefördert, die digital oft schwerer zu erreichen sind.

Die Handlungsempfehlungen können einerseits dazu beitragen, demokratische Werte im Kontext der politischen Meinungsbildung in *Gaming-Communitys* zu fördern und andererseits der Einflussnahme extremistischer Akteur*innen entgegenzuwirken. Besonders durch gezielte Zusammenarbeit der Präventionslandschaft mit (*Gaming-*)Plattformen, *Influencer*innen* und Bildungseinrichtungen können sich neue Wege ergeben, die die Potenziale digitaler *Gaming*-Räume besser nutzen, stärken und ausbauen können.

Literatur

Albert, Mathias/Quenzel, Gudrun/De Moll, Frederick (2024). 19. Shell Jugendstudie. Jugend 2024. Pragmatisch zwischen Verdrossenheit und geliebter Vielfalt. Weinheim Basel: Beltz.

Bundesverfassungsgericht (2024). Eilantrag auf Entsperrung der Facebookseite „Der III. Weg“ abgelehnt. Online verfügbar unter:

<https://www.bundesverfassungsgericht.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2021/bvg21-085.html> Zuletzt eingesehen am 03.02.2025.

Bocksch, René (2021). Live-Streaming. Jede:r zehnte Gamer:in in Deutschland streamt. Online verfügbar unter: <https://de.statista.com/infografik/25038/anteil-der-befragten-die-videospiele-streamen/> Zuletzt eingesehen am 03.02.2025.

Clement, Jessica (2024). *Steam Gaming* platform - Statistics & Facts. Online verfügbar unter: <https://www.statista.com/topics/4282/Steam/#topicOverview> Zuletzt eingesehen am 30.10.2024.

Ceci, Laura (2023). Number of registered Discord users worldwide from May 2017 to January 2023. Online verfügbar unter: <https://www.statista.com/statistics/1367922/discord-registered-users-worldwide/> Zuletzt eingesehen am 03.02.2025

Digital 2024 (2024). July Global Statshot Report. We Are Social und Meltwater. S. 418. Online verfügbar unter: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-october-global-statshot> Zuletzt eingesehen am 03.02.2025.

Duckwitz, Amelie (2023). Geliked - Wie viel Autorität verleihen 100.000 Follower?. Konrad-Adenauer-Stiftung (Hrsg.) Die Politische Meinung. Online verfügbar unter: <https://www.kas.de/de/web/die-politische-meinung/artikel/detail/-/Content/geliked> Zuletzt eingesehen am 30.10.2024.

Feierabend, Sabiene/Rathgeb, Thomas/Kheredman, Hediye/Glückner, Stephan(2022). JIM 2022 Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Online verfügbar unter:

https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2022/JIM_2022_Web_final.pdf Zuletzt eingesehen am 03.02.2025.

Fielitz, Maik/Schwarz, Karoline (2020). Hate not Found. Das Deplatforming der extremen Rechten und seine Folgen. Online verfügbar unter: https://www.idz-jena.de/fileadmin//user_upload/Hate_not_found/WEB_IDZ_FB_Hate_not_Found.pdf Zuletzt eingesehen am 03.02.2025.

Fortune Business Insights (2024). *Gaming*-Marktgröße, Anteil und Analyse der Auswirkungen von COVID-19, nach Spieltyp (Shooter, Action, Sport, Rollenspiele und andere), nach Gerätetyp (PC/MMO, Tablet, Mobiltelefon und TV/Konsole), nach Ende -Benutzer (männlich und weiblich) und regionale Prognose, 2023–2030. Online verfügbar unter: <https://www.fortunebusinessinsights.com/de/gl-cksspielmarkt-105730> Zuletzt eingesehen am 03.02.2025.

Franke, Lara/Hajok, Daniel (2023). *TikTok* und Rechtsextremismus - Neue Formen der Propaganda auf einer kind- und jugendaffinen Plattform. Online verfügbar unter: <https://www.bpb.de/themen/rechtsextremismus/dossier-rechtsextremismus/541511/TikTok-und-rechtsextremismus/> Zuletzt eingesehen am 03.02.2025.

Geschke, Daniel/Klaßen, Anja/Quent, Matthias/Richter, Christoph (2019). #Hass im Netz: Der schleichende Angriff auf unsere Demokratie. Eine bundesweite repräsentative Untersuchung. Berlin: Amadeu Antonio Stiftung. Online verfügbar unter: https://www.idz-jena.de/fileadmin/user_upload/Hass_im_Netz_-_Der_schleichende_Angriff.pdf Zuletzt eingesehen am 03.02.2025.

Glanz, Berit (2023). Fördern Video-Collagen die Konzentration?. Online verfügbar unter: <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/TikTok-trend-sludge-Content-endgueltige-reizueberflutung-19412823.html> Zuletzt eingesehen am 30.10.2024.

Griese, Hannah/Brüggen, Niels/Materna, Georg/Müller, Erik (2020). Politische Meinungsbildung Jugendlicher in sozialen Medien Zugänge, ausgewählte Befunde und aktuelle Einblicke in ein interdisziplinäres Forschungsfeld. JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis, München (Hrsg.). Arbeitspapiere aus der Forschung #1. Online verfügbar unter: https://www.jff.de/fileadmin/user_upload/jff/veroeffentlichungen/2020/jff_muenchen_2020_veroeffentlichungen_politische_meinungsbildung.pdf Zuletzt eingesehen am 30.10.2024.

Hannon, Michael (2022). Are Knowledgeable Voters Better Voters?. Online verfügbar unter: <https://philpapers.org/rec/HANASV> Zuletzt eingesehen am 30.10.2024.

Harms, Frederik (2024). Verteilung der Nutzer von Twitch.tv nach Geschlecht weltweit im August 2024. Online verfügbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1044549/umfrage/verteilung-der-twitch-nutzer-nach-altersgruppen-weltweit/> Zuletzt eingesehen am 30.10.2024.

Kampf, Roman/Prinz, Mick (2022). Zur Gamescom. Die *Gaming*-Plattform *Steam* und ihr verhaltener Umgang mit Rechtsextremismus. Online verfügbar unter: <https://www.belltower.news/zur-gamescom-die-gaming-plattform-steam-und-ihr-verhaltener-umgang-mit-rechtsextremismus-137639/> Zuletzt eingesehen am 03.02.2025.

Klinge, Heiko (2019). Der *GameStar*-Kodex - Wer wir sind und wofür wir stehen. Online verfügbar unter: <https://www.GameStar.de/artikel/der-GameStar-kodex-wer-wir-sind-und-wofuer-wir-stehen,3343279.html> Zuletzt eingesehen am 03.02.2025.

Kumar, Naveen (2024). *Steam Statistics* (2025) —Active Users & Market Share. Online verfügbar unter: <https://www.demandsage.com/Steam-statistics/#:~:text=Steam%20has%2069%20million%20daily,at%20least%20once%20a%20day>. Zuletzt eingesehen am 03.02.2025.

Kümpel, Anna Sophie/Rieger, Diana (2020). Kann *Instagram* auch Politik? Beeinflussung der Informationsnutzung und Effekte für die Meinungsbildung durch politische Inhalte. Berlin: Konrad Adenauer Stiftung.

Koch, Wolfgang (2023). Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2023 Soziale Medien werden 30 Minuten am Tag genutzt – *Instagram* ist die Plattform Nummer eins. Online verfügbar unter: https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2023/MP_26_2023_Onlinestudie_2023_Social_Media.pdf Zuletzt eingesehen am 03.02.2025.

Materna, Georg (2021). Soziale Medien und die (politische) Meinungsbildung Jugendlicher: Schlaglichter auf ein dynamisches Arbeitsfeld. *Journal für politische Bildung*, 11(2), 22-27. Online verfügbar unter: <https://elibrary.utb.de/doi/abs/10.46499/1670.1952> Zuletzt eingesehen am 30.10.2024.

Materna, Georg/Lauber, Achim/Brüggen, Niels (2021). Politisches Bildhandeln. Der Umgang Jugendlicher mit visuellen politischen, populistischen und extremistischen Inhalten in den Sozialen Medien. JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis, München (Hrsg.). Reihe Medienpädagogik Band 23. Online verfügbar unter: https://www.jff.de/fileadmin/user_upload/Materna_Lauber_Brueggen_1_.pdf Zuletzt eingesehen am 30.10.2024.

Maly, Ico (2020). Metapolitical New Right Influencers: The Case of Brittany Pettibone. *Social Sciences* 9 (7), 113. Online verfügbar unter: <https://www.mdpi.com/2076-0760/9/7/113> Zuletzt eingesehen am 03.02.2025.

Oertel, Britta/Dametto, Diego/ Kluge, Jakob/ Todt (2022). Algorithmen in digitalen Medien und ihr Einfluss auf die Meinungsbildung. Endbericht zum TA-Projekt. Online verfügbar unter: <https://publikationen.bibliothek.kit.edu/1000154065> Zuletzt eingesehen am 30.10.2024.

Prinz, Mick (2023)a. Gamergate 2.0?: Hass gegen Streamerinnen. Online verfügbar unter: <https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/gamergate-2-0-103279/> Zuletzt eingesehen am 03.02.2025.

Prinz, Mick (2023)b. Von Halle bis Buffalo: Rechtsterrorismus und die *Gaming*-Welt. In: Institut für Demokratie und Zivilgesellschaft (Hg.). *Wissen schafft Demokratie. Schwerpunkt Netzkulturen und Plattformpolitiken*, Band 14. Jena, 90–103.

Reddit (2024). Was sind Upvotes und Downvotes? Online verfügbar unter: https://support.Reddithelp.com/hc/de/articles/7419626610708-Was-sind-Upvotes-und-Downvotes#:~:text=Upvotes%20zeigen%2C%20dass%20Redditor*innen,Inhalte%20lieber%20unbeachtet%20bleiben%20sollten. Zuletzt eingesehen am 03.02.2025.

RE:GAIN (2023). Rechtsextreme Parallelwelten in *Gaming-Communitys*. Online verfügbar unter: <https://violence-prevention-network.digital/rechtsextreme-parallelwelten-in-Gaming-Communitys/> Zuletzt eingesehen am 03.02.2025.

Semrush (2024). Die meistbesuchten Websites der Welt, aktualisiert im September 2024. Online verfügbar unter: <https://de.semrush.com/website/top/> Zuletzt eingesehen am 03.02.2025.

Schmitt, J. B., Harles, D., & Rieger, D. (2020). Themen, Motive und Mainstreaming in rechtsextremen Online-Memes. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 68, (S. 73–93). Online verfügbar unter: <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2020-1-2-73>

Schmidt, Josephine (2022). Nutzer/-innenstruktur und Nutzungsmotivation. Online verfügbar unter: <https://www.bpb.de/lernen/bewegt-bild-und-politische-bildung/themen-und-hintergruende/YouTube-lernmedium/343190/nutzer-innenstruktur-und-nutzungsmotivation/> Zuletzt eingesehen am 03.02.2025.

Schweiger, Wolfgang (2017). *Der (des)informierte Bürger im Netz. Wie soziale Medien die Meinungsbildung verändern*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Schlegel, Lina/von Eyb, Johannes (2024). Pixel, Politik, Polemik – Digitale *Gaming*-Welten als politische und gesellschaftliche Diskursräume. Online verfügbar unter: <https://blog.prif.org/2024/08/15/pixel-politik-polemik-digitale-Gaming-welten-als-politische-und-gesellschaftliche-diskursraeume/> Zuletzt eingesehen am 30.10.2024.

Similarweb (2024). *Steampowered.com* Domänenanalyse. Online verfügbar unter: <https://www.similarweb.com/de/website/Steampowered.com/#technologies> Zuletzt eingesehen am 03.02.2025.

Statista Research Department (2024). Anzahl der Visits von *Reddit.com* von April 2019 bis September 2024. Online verfügbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1021469/umfrage/anzahl-der-visits-pro-monat-von-Redditcom/> Zuletzt eingesehen am 03.02.2025.

Statista Research Department (2024). Anteil der Nutzer von *YouTube* nach Generationen in Deutschland im Jahr 2023. Online verfügbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/511076/umfrage/anteil-der-nutzer-von-YouTube-nach-altersgruppen-in-deutschland/> Zuletzt eingesehen am 03.02.2025.

Statista Research Department (2024). Anzahl der monatlichen Visits von *twitch.tv* bis September 2024. Online verfügbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1021471/umfrage/anzahl-der-visits-pro-monat-von-twitchtv/> Zuletzt eingesehen am 03.02.2025.

Statista Research Department (2023). Anzahl der Unique User von *GameStar.de* von Januar 2022 bis Dezember 2022. Online verfügbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/418740/umfrage/online-besuchertzahlen-von-GameStar-als-zeitreihe/> Zuletzt eingesehen am 03.02.2025.

Statista Research Department (2017). Anteil der befragten Internetnutzer, die *Reddit* nutzen, nach Altersgruppen in Deutschland im Jahr 2017
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/812618/umfrage/nutzung-von-Reddit-nach-altersgruppen-in-deutschland/> Zuletzt eingesehen am 03.02.2025.

Steam-Forum (2022) Online verfügbar unter: <https://SteamCommunity.com/discussions/forum/7/3426689579751967342> Zuletzt eingesehen am 30.10.2024.

Steamworks (2022). *Communitymoderation*. Online verfügbar unter: https://partner.Steamgames.com/doc/marketing/Community_moderation Zuletzt eingesehen am 03.02.2025.

Stürenburg, Mareike/Kühlewind, Armin (2022). Wie reagieren Plattformen auf problematische Inhalte? Online verfügbar unter: <https://www.belltower.news/good-Gaming-well-played-democracy-wie-reagieren-plattformen-auf-problematische-inhalte-129297/> Zuletzt eingesehen am 03.02.2025.

TikTok (2023). 20,9 Millionen Menschen in Deutschland und 2,1 Millionen in Österreich nutzen TikTok jeden Monat. Online verfügbar unter: <https://newsroom.TikTok.com/de-de/mau-announcement> Zuletzt eingesehen am 03.02.2025.

TikTok (2022). Play everywhere: Connecting with mobile gamers on TikTok. Online verfügbar unter: https://ads.TikTok.com/business/en-US/blog/play-everywhere-mobile-gamers-TikTok?redirected=1&platform=facebook&attr_source=social&channel=social-organic-post-mobile&ab_version=experiment_2&agp_template_id=7400238737994547218 Zuletzt eingesehen am 03.02.2025.

Werner, Leon (2023). Kick: Wie Twitch, aber mit mehr Glücksspiel. Online verfügbar unter: <https://www.zeit.de/digital/internet/2023-07/kick-streaming-live-twitch-konkurrent-gluecksspiel> Zuletzt eingesehen am 03.02.2025.

Winkler, Constantin/Wiegold, Lars/ Schlegel, Lind/Jaskowski, Judith (2024). Streaming, Chatting, Modding: Eine Kurzexploration extremistischer Aktivitäten auf Gaming- und Gaming-nahen Plattformen. Online verfügbar unter: https://www.radigame.de/fileadmin/DatenRadigame/Publikationen/RadiGaMe_Report_1.pdf Zuletzt eingesehen am 03.02.2025.

Zipfel, Adrian (2023). Besonderheiten von Gaming-Influencer*innen. Online verfügbar unter: <https://games-im-unterricht.de/paedagogischer-hintergrund/besonderheiten-von-Gaming-influencerinnen> Zuletzt eingesehen am 03.02.2025.



Violence
Prevention Network

Impressum

Violence Prevention Network gGmbH
Fachbereich Digital/Projekt RE:GAIN
Alt-Reinickendorf 25
13407 Berlin

Projektleitung: Franziska Kreller

Email: regain@violence-prevention-network.digital

Web: <https://violence-prevention-network.digital>

Violence Prevention Network gGmbH ist eingetragen
beim Amtsgericht Berlin-Charlottenburg unter der Handelsregisternummer: HRB 221974 B.

© Violence Prevention Network 2025

Das Projekt wurde gefördert durch die [Kurt & Maria Dohle Stiftung](#).

KURT & MARIA
DOHLE STIFTUNG