

Pressemitteilung**Frankfurt University of Applied Sciences****Benedikt Bieber**

19.07.2016

<http://idw-online.de/de/news656519>Buntes aus der Wissenschaft
Gesellschaft, Medien- und Kommunikationswissenschaften, Psychologie
überregional**„Pokémon Go“ aus wissenschaftlicher Perspektive****Prof. Dr. Claus-Peter H. Ernst von der Frankfurt UAS hat das Phänomen „Pokémon“ in einer empirischen Studie untersucht / Statement zu der Veröffentlichung von „Pokémon Go“**

„Pokémon Go“ zählt bereits jetzt zu den erfolgreichsten mobilen Videospielen. Das Spiel ist in der Lage, generationsübergreifend zu begeistern: Die älteren Spieler/-innen kennen die Pokémon-Figuren noch aus ihrer Kindheit und Jugend durch Game Boy, Anime und Sammelkartenspiel; die jüngeren Spieler/-innen erleben das Phänomen gerade aktuell durch Nintendo 3DS, Netflix und eben „Pokémon Go“. Prof. Dr. Claus-Peter H. Ernst, Experte für Mediennutzung an der Frankfurt University of Applied Sciences (Frankfurt UAS), hat im letzten Jahr in einer empirischen Studie die Erfolgsfaktoren der Pokémon-Spiele untersucht. Die Studie „Why People Play Pokémon: The Role of Perceived Belonging“ ist eine der weltweit ersten Studien, die sich wissenschaftlich mit dem Phänomen „Pokémon“ auseinandersetzt. Die Ergebnisse wurden dem Fachpublikum bei der Americas Conference on Information Systems 2015 vorgestellt und der zugehörige Forschungsartikel im Rahmen des begleitenden Tagungsbands veröffentlicht.

Das neueste Spiel der Pokémon-Reihe konnte Millionen von Nutzerinnen und Nutzern in nur wenigen Tagen erreichen. Diesen großen Erfolg führt Ernst auf mehrere Faktoren zurück: „Das neueste Spiel der Reihe ermöglicht den Spielerinnen und Spielern, sich einen lang gehegten Traum zu erfüllen und zum ersten Mal wirklich auf ihre eigene Pokémon-Reise zu gehen. Während bei jüngeren Spielerinnen und Spielern Spaß und Wettkampf im Vordergrund stehen, spielt bei den älteren gleichzeitig das Schwelgen in Nostalgie eine entscheidende Rolle. Hinzu kommt der gefühlt große technologische Sprung durch die Umsetzung mittels Augmented Reality. Während dies bei jüngeren Menschen, welche die schwarz-weiße Game Boy-Ära nicht miterlebt haben und gestochen scharfe, farbenfrohe Videospielunterhaltung gewohnt sind, nur einen untergeordneten „Wow-Faktor“ hervorruft, sind die neuen technischen Möglichkeiten für die Älteren keine Selbstverständlichkeit und Grund genug, sich erneut für Pokémon begeistern zu können. Schließlich sind auch soziale Bedürfnisse Teil des aktuellen Phänomens. Spieler/-innen begegnen sich zufällig in der realen Welt beim Fangen von Pokémon oder treffen sich gezielt zur Eroberung von Arenen. Somit wird das gemeinsame Erleben und Spielen aus dem Internet wieder in die Realität transferiert und Menschen mit gleichen Interessen einander näher gebracht.“

Prof. Dr. Claus-Peter H. Ernst lehrt und forscht im Bereich der Mediennutzung an der Frankfurt University of Applied Sciences und beschäftigt sich u. a. mit dem Erfolg von Videospielen. So veröffentlichte er gemeinsam mit Alexander Ernst im letzten Jahr eine empirische Studie zu den Erfolgsfaktoren der Pokémon-Videospiele und präsentierte die Ergebnisse einem interessierten Fachpublikum bei der Americas Conference on Information Systems 2015.

Gerne steht Prof. Dr. Ernst für Interviews, Fragen und Statements bzgl. des aktuellen Erfolgs von „Pokémon Go“ zur Verfügung.

Kontakt: Frankfurt University of Applied Sciences, Fachbereich 3: Wirtschaft und Recht, Prof. Dr. Claus-Peter H. Ernst, Telefon: 0151/41900131, E-Mail: cernst@fb3.fra-uas.de

Weitere Informationen zu Prof. Dr. Ernst und seinen Forschungsthemen unter:
<https://www.frankfurt-university.de/?id=12862>

URL zur Pressemitteilung: <https://www.frankfurt-university.de/?id=12862>