



# Press X to Unify Europe: Digitale Spiele und ihr Potenzial für eine kollektive europäische Identität.

Von Eugen Pfister  
Wien, 29. Mai 2019  
ISSN 2305-2635

## Handlungsempfehlungen

1. Im Sinne der besseren Kommunikation einer kollektiven europäischen Identität gilt es aktiv die Kreativität der europäischen Zivilgesellschaft einzubinden, in diesem Fall konkret die der europäischen SpieleentwicklerInnen.
2. Junge europäische SpieleentwicklerInnen müssen dementsprechend gezielt gefördert werden, um Ihnen in einem europäischen Rahmen eine Zukunftsperspektive zu bieten.
3. Als erster Schritt in diese Richtung sollten regelmäßig, nachhaltig sowie in einem möglichst öffentlichkeitswirksamen Rahmen "Game Jams" zu konkreten europäischen Themen veranstaltet werden. Parallel dazu sollten auch an Schulen gemeinsam mit SchülerInnen in Projektwochen Ideen für digitale Spiele zu Europathemen gesammelt und gemeinsam umgesetzt werden.

## Zusammenfassung

Der Brexit hat in aller Deutlichkeit die Notwendigkeit einer kollektiven europäischen Identität gezeigt. Das Bewusstsein für eine gemeinsame politische „Schicksalsgemeinschaft“ (Habermas) lässt sich aber nicht alleine durch die Öffentlichkeitsarbeit der EU-Politik (top-down) erreichen, sondern bedarf der aktiven Beteiligung der Zivilgesellschaft (bottom-up). Ein einfacher Schritt in diese Richtung könnte die Aktivierung der extrem aktiven und gut vernetzten SpieleentwicklerInnen-Szene innerhalb der EU sein. Langfristig bedarf es dafür gezielter Förderungen. Als erster Schritt bietet sich

die regelmäßige und nachhaltige Veranstaltung von lokalen und überregionalen Game Jams an, das heißt die Einladung an Interessierte innerhalb eines kurzen Zeitrahmens konkrete Themen – etwa „die Arbeit des europäischen Parlaments“, oder „Europa vor dem Ruin nach 1945“ in Spiele umzusetzen. Ziel wäre dabei vor allem bei den EntwicklerInnen ein Bewusstsein für die Sinnhaftigkeit der Europäischen Integration und die Notwendigkeit der Kommunikation zu erreichen. Dabei geht es auch darum gezielt kritischen Perspektiven eine Stimme zu geben.



# Press X to Unify Europe: Digitale Spiele und ihr Potenzial für eine kollektive europäische Identität.

## 1. Einleitung und Motivation: Europa in der Krise

**„Vor allem der Brexit zeigte einer europäischen Öffentlichkeit in bisher ungesehener Brutalität, dass die Europäische Integration längst keine Selbstverständlichkeit mehr ist.“**

Seit einem Jahrzehnt scheint die Europäische Union geradezu in einem Zustand der andauernden Krise gefangen zu sein.<sup>1</sup> Die Finanzkrise, Eurokrise, griechische Staatsschuldenkrise, „Flüchtlingskrise“ und Brexit gingen – so hatte es zu mindestens in der Medienberichterstattung den Anschein – nahtlos ineinander über. Vor allem der Brexit zeigte einer europäischen Öffentlichkeit in bisher ungesehener Brutalität, dass die Europäische Integration längst keine Selbstverständlichkeit mehr ist. Akzeptiert solange alles gut lief, wurde die Europäische Union an sich im Moment der Krise plötzlich in Frage gestellt, was sich unter anderem im Erstarken nationalistischer und EU-kritischer Parteien in ganz Europa zeigt. Bereits in den frühen 2010er Jahren wurde vermehrt das Fehlen einer europäischen Identität diskutiert.<sup>2</sup> Eine Identitätskrise Europas wurde vermehrt in Tageszeitungen und Feuilletons, aber auch im wissenschaftlichen Europadiskurs und innerhalb der existierenden Institutionen diagnostiziert. Im Folgenden werde ich untersuchen, warum eine kollektive Identität für eine stabile Europäische Union notwendig ist und wie eine solche funktionieren

könnte, beziehungsweise was sowohl PolitikerInnen als auch Zivilgesellschaft dafür konkret tun könnten.

## 2. Kulturelle vs. politische Identität

Der in seiner derzeitigen Verwendung ursprünglich aus der Psychologie und Soziologie stammende Begriff der „kollektiven Identität“ bezeichnet grundsätzlich die affektive Bindung von Menschen zu einer sozialen Bezugseinheit.<sup>3</sup> Das gilt für die Familie aber auch für abstraktere gesellschaftliche und politische Gebilde wie zum Beispiel Berufsgruppen, Gemeinden, Regionen und Nationen. Für uns ist relevant, dass politische Gebilde – vereinfacht dargestellt – immer erst dann Legitimität und Stabilität entwickeln, wenn man sich politisch (und im weitesten Sinne auch kulturell) mit ihnen identifiziert: „Eine Europäische Union, deren Menschen sich auf Dauer verweigerten, eine politische Identität als Unionsbürger auszubilden, also [...] als ihr zugehörig zu empfinden, bliebe im Leben der Einwohner ein Fremdling und in ihrem Selbstbewusstsein ein Eindringling, dessen Existenz sie vielleicht hinnehmen, solange ihnen Vorteile daraus erwachsen, der aber in dem Augenblick in Frage gestellt wäre, da er unbequem wird oder gar begänne, Opfer und Solidarität zu fordern.“<sup>4</sup>

**„Versuche eine gemeinsame (notgedrungen diffuse) kulturelle Identität zu beschwören, sind bisher daran gescheitert Massenwirksamkeit zu entfalten.“**

Der Gedanke ist nicht neu, und so gab es von Anfang an den Beginn der Europäischen Integration vielfältige An-

1) In Gablers Wirtschaftslexikon bekam die Krise der Europäischen Union – vielleicht etwas voreilig – bereits einen eigenen Eintrag. „Krise der Europäischen Union“ in [wirtschaftslexikon.gabler.de](https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/krise-der-europaeischen-union-54290), URL: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/krise-der-europaeischen-union-54290> (16.05.2019).

2) Die Diskussion über die europäische Identität lässt sich bis in die 1980er Jahre unter diesem Begriff zurückverfolgen. Unter anderen Bezeichnungen „Europabewusstsein“, „europäische Idee“ lässt sie sich aber noch weiter zurückverfolgen. Siehe dazu Wolfgang Schmale, *Geschichte und Zukunft der Europäischen Identität*, Stuttgart 2008.

3) Frank R. Pfetsch, *Die europäische Union*, München 2005, 125.

4) Thomas Meyer, *Die Identität Europas*, Frankfurt am Main 2004, 38 (Nicht zu verwechseln mit dem österreichischen Journalisten).



sätze ein europäisches Gemeinschaftsbewusstsein zu entwickeln und zu stärken.<sup>5</sup> Jedoch: Versuche eine gemeinsame (notgedrungen diffuse) kulturelle Identität zu beschwören, sind bisher daran gescheitert Massenwirksamkeit zu entfalten. Das liegt auch an einem inhärenten Problem des Konzepts *kulturelle Identität*.<sup>6</sup> Die historisch aus den Erfahrungen der unmittelbaren Nachkriegszeit erwachsene europäische Integration ließ und lässt sich nicht einwandfrei als natürliche Folge mehrerer tausend Jahre europäischer Geschichte darstellen. Sie ist nicht Ergebnis einer europäischen judeo-christlichen Kultur, sondern einer kollektiven Anstrengung der (west-)europäischen Politik. Auch der Versuch die interne Diversität der europäischen Kultur(-en) als gemeinsamen Nenner anzurufen – “United in Diversity” – ist zwar ästhetisch und moralisch ansprechend, kann aber alleine nicht ein Gefühl der politischen Zusammengehörigkeit und Solidarität hervorrufen. Glaubt man TheoretikerInnen wie Thomas Meyer, Jürgen Habermas, u.a. ist das auch gar nicht notwendig. Diese bestätigen vielmehr die Notwendigkeit einer konkreten *politischen Identität* der Europäischen Union.<sup>7</sup> Laut Habermas gilt es zum Beispiel, ein Bewusstsein für das gemeinsame politische Schicksal sowie eine überzeugende Perspektive auf eine gemeinsame Zukunft an alle EuropäerInnen zu kommunizieren.<sup>8</sup> Eine kollektive politische Identität lässt sich nur erreichen, wenn bei allen europäischen BürgerInnen dieses Bewusstsein erreicht werden kann. Voraussetzung dafür ist zum einen eine transparente und nachvollziehbare öffentliche Kommunikation der innerhalb der europäischen Institutionen entschiede-

nen Politik, sowie ein Bewusstsein dafür, wie europäische BürgerInnen selbst daran teilhaben können (via EU-Parlamentswahlen, europäische Bürgerinitiative, usf.). Verantwortung für diese Kommunikation tragen vorrangig die europäischen Institutionen selber, sowie die beteiligten nationalen Regierungen, aber auch die (nationalen) Medien. Soll eine gemeinsame europäische Identität von den EU-BürgerInnen übernommen werden, darf sie aber zum anderen nicht allein auf der Initiative der politischen Akteure (top-down) beruhen, sondern muss aktiv von der Bevölkerung mitkonstruiert werden (bottom-up). Erfolgreiche Beispiele kollektiver Identität lassen sich entsprechend auch immer eindeutig in der (Populär-)Kultur nachzeichnen. Für einen nachhaltigen Erfolg einer kollektiven europäischen Identität bräuchte es ein Zusammenspiel der politischen Akteure, der Medien aber auch der Zivilgesellschaft selbst. Erschwert wird das Ganze dadurch, dass der Prozess der Identifikation ein fortlaufender sein muss, er kann nie erfolgreich *abgeschlossen* werden. Entsprechend sind kollektive Identitäten auch nicht Ergebnis einzelner abgeschlossener Bemühungen, sondern eines andauernden vielgestaltigen Prozesses. (Im Folgenden werde ich der Komplexität des Themas entsprechend keine umfassenden Lösungsansätze anbieten können.) Ein spannendes populär-kulturelles Medium, welches sich hierfür anbieten würde sind digitale Spiele. Allerdings kann es nicht nach dem Vorbild der Werbefilme der Nachkriegszeit Zielvorgabe sein, ein eigenes Werbespiel zu finanzieren. Nein, Ziel muss es vielmehr sein, SpieletwicklerInnen dazu zu motivieren, von sich aus europäische Themen aufzugreifen und in ihren Spielen auszuverhandeln. Langfristiges Ziel ist dabei, aber naturgemäß, dass so SpielerInnen in ganz Europa viel häufiger als jetzt in Spielen mit europäischen Themen und Bildern in Kontakt treten und, dass so diese Themen zu einem natürlichen (Spiel-)Umfeld werden, wie es im Augenblick eigentlich nur die USA sind.

5) Ausführlich nachzulesen hier: Eugen Pfister, „Europa im Bild. Imaginationen Europas in Wochenschauen in Deutschland, Frankreich, Großbritannien und Österreich 1948–1959“, Göttingen 2014, insbesondere 111-152.

6) Siehe auch Eugen Pfister und Katharina Prager: “How We Learned to Stop Worrying and Utilize European Lieux de Mémoire as a Historical Instrument” in Der Donauraum 1 (2011), 21-33.

7) Thomas Meyer, Die Identität Europas, Frankfurt am Main 2004, 52.

8) Ebenda 59 und Jürgen Habermas, „Der gespaltene Westen“, Frankfurt a. Main, 2004, 46.



**„Für einen nachhaltigen Erfolg einer kollektiven europäischen Identität bräuchte es ein Zusammenspiel der politischen Akteure, der Medien aber auch der Zivilgesellschaft selbst.“**

### 3. Kollektive Identität(en) und digitale Spiele

**„Digitale Spiele sind hier nicht einfach nur ein beliebiges Unterhaltungsprodukt unserer Zeit, sie sind ein Massenmedium geworden.“**

Warum ausgerechnet digitale Spiele? Im Bereich der Soziologie gehen Untersuchungen davon aus, dass das Erlernen gesellschaftlicher Normen und Regeln nicht nur im Elternhaus, der Ausbildung und im sozialen Umfeld stattfindet, sondern auch mittels Medien wie Filmen, Serien und digitalen Spielen. Dasselbe gilt für kollektive Identitäten, die ständig neu bestätigt werden müssen, weil sie sonst ihre Bindungskraft verlieren. In eine ähnliche Richtung dachte etwa der Gesellschaftstheoretiker Niklas Luhman: „Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien.“<sup>9</sup> Ein wesentlicher Teil dieser Identitätskonstruktion findet also auch in der Populärkultur statt. Gerade das regelmäßige und beiläufige Aufnehmen solch einzelner Identitätsbausteine in einem privaten oder semiprivaten Umfeld ist von immanenter Bedeutung für den Erfolg kollektiver Identitäten. Digitale Spiele sind hier nicht einfach nur ein beliebiges Unterhaltungsprodukt unserer Zeit, sie sind ein Massenmedium geworden. Laut der Studie „Gaming in Austria“ spielten 2017 4,9 Millionen ÖsterreicherInnen digitale Spiele.<sup>10</sup> Der Einfluss digitaler Spiele auf unsere Gesellschaft und Kultur beschränkt sich dabei aber nicht auf wachsende SpielerInnenzahlen. Computerspiele sind immer auch

9) Niklas Luhmann, Die Realität der Massenmedien, Wiesbaden 2009, 9.

10) „Gaming in Austria 2017“ in: ovus.at, URL: <https://www.ovus.at/news/fast-5-millionen-osterreicher-spielen-videogames/> (15.05.2019).

Ausdruck zeitgenössischer Ängste und Wünsche und transportieren somit diskursive Aussagen. Sie imaginieren und/oder spiegeln entsprechend Wertesysteme. Das heißt aber auch, dass insbesondere jüngere Generationen unsere Welt in zunehmendem Maße in Spielen kennenlernen, ja in Spielen sozialisiert werden.<sup>11</sup> Dabei haben wir es mit einem extrem heterogenen Medium zu tun: Während einzelne Blockbuster-Spiele, mit entsprechend großen Budgets wie zum Beispiel *Grand Theft Auto V* sich bis zu 95 Millionen Mal weltweit verkaufen, haben die – für uns relevanten – Indie und Serious Games entsprechend kleinere Reichweiten.<sup>12</sup> Wobei auch Spiele mit „schwierigen Themen“ mittlerweile ein großes Publikum erreichen können: Das anspruchsvolle Indie-Game *Papers, Please!*, in welchem die SpielerInnen in die Rolle eines Grenzkontrolleurs eines fiktiven Ostblockstaates schlüpfen, verkaufte sich etwa 500.000 Mal. *This War of Mine*, in welchem das Überleben einiger Zivilisten in einer umkämpften Stadt während eines Bürgerkriegs nach dem Vorbild Sarajewos simuliert wird, soll sich 4,5 Millionen Mal verkauft haben.

### 4. Die EU in digitalen Spielen

**„Das in Spielen kennengelernte Europabild steht in diametralem Gegensatz zum Selbstverständnis der Europäischen Union als Friedensprojekt. Dem gilt es langfristig entgegenzuwirken.“**

11) Ausführlich nachzulesen in Eugen Pfister, „Der Politische Mythos als diskursive Aussage im digitalen Spiel. Ein Beitrag aus der Perspektive der Politikgeschichte“, in: Thorsten Junge und Claudia Schumacher (Hg.), Digitale Spiele im Diskurs. Hagen 2018. URL: <http://www.medien-im-diskurs.de> (15.05.2019).

12) Während Indie Games ein Sammelbegriff für kleinere Spielproduktionen (geläufig mit einem gewissen künstlerischen Anspruch, die manchmal bewusst „schwierigere Themen“ wie den Krebstod des eigenen Kindes verarbeiten) sind, bezeichnen „Serious games“ Spiele, die häufig einen erzieherischen Auftrag verfolgen und nicht primär auf den Spielspaß ausgelegt sein müssen oder auf ein sonstiges extrinsisches Ziel wie etwa die Therapie bestimmter Krankheiten ausgerichtet sind.



Wie sieht es aber mit dem bisherigen Europabild in digitalen Spielen aus? Abgesehen von zwei Werbespielen der deutschen Regierung aus den 1990er Jahren und zwei direkt bzw. indirekt von europäischen Institutionen finanzierten Browserspielen finden sich quasi keine Darstellungen der Politik der EU in kommerziellen Spielen.<sup>13</sup> In diesen wird die EU, wenn überhaupt, dann paradoxerweise als Militärbündnis dargestellt. Vor allem in dystopischen Zukunftsszenarien konnte sie sich als Militärmacht konsolidieren, die in einem Fall um die militärische Kontrolle der ehemaligen USA mitstreitet – *Shattered Union* – oder gar als einzige von zwei Supermächten auf einer verwüsteten Erde um die Vorherrschaft kämpft – *Battlefield 2142*. Es ist also fast immer ein Blick von außen, der in diesen Imaginationen Europas mitschwingt, aus einer vermutlich vor allem US-amerikanischen Perspektive: Die EU wird als wohlhabendes, hoch entwickeltes Militärbündnis und als Allierter dargestellt und/oder als unzuverlässiger und handlungsunfähiger Partner der USA. Das in Spielen kennengelernte Europabild steht so in diametralem Gegensatz zum Selbstverständnis der Europäischen Union als Friedensprojekt. Dem gilt es langfristig entgegenzuwirken. Statt aber eigene Werbespiele zu finanzieren, wäre es wichtiger, Impulse zu setzen, die junge EntwicklerInnen dazu motivieren könnten, sich intensiver mit dem Thema auseinanderzusetzen. Langfristig wäre dafür eine europaweite Förderungsschiene für SpieleentwicklerInnen zielführend, die nachhaltig die Entwicklung europäischer Spiele garantieren könnte. Kurzfristig und sozusagen als ersten Schritt kann man aber auch die sehr aktive junge EntwicklerInnenszene in Österreich und in anderen europäischen Ländern recht einfach mittels sogenannter Game Jams aktivieren.

## 5. Europa-Game Jams

Game Jams bezeichnen kurze in sich abgeschlossene örtlich gebundene oder auch virtuelle

Zusammentreffen von (meist jungen) EntwicklerInnen, in interdisziplinären Game Jams oft auch in Zusammenarbeit mit Menschen aus ganz anderen Betätigungsfeldern wie zum Beispiel JournalistInnen und SoziologInnen. Ziel ist es, zu einem konkreten Thema innerhalb kürzester Zeit experimentelle Spiele-Prototypen zu entwickeln, die im Idealfall später zu vollwertigen Spielen weiterentwickelt werden können. Aber auch die innerhalb von ein bis drei Tagen entstandenen Prototypen müssen bereits spielbar sein und werden meist gratis entweder auf eigens zur Verfügung gestellten oder auch auf bestehenden Online-Plattformen wie itch.io einem interessierten Publikum zum Download angeboten. Es geht vor allem darum, innerhalb kurzer Zeit kreative Lösungen zu entwickeln, aber auch darum, zu konkreten Themen, die sich nicht auf den ersten Blick dafür zu eignen scheinen, Spiele zu entwickeln. Genau aus diesem Grund eignen sich europäische Themen wie das *Funktionieren des Parlaments*, die *Arbeit des Europäischen Rats*, oder aber auch geschichtliche Episoden, wie zum Beispiel *(West-)Europa vor dem Abgrund nach dem Zweiten Weltkrieg*, für solche Game Jams, da sie positiv in Herausforderungen für EntwicklerInnen umgedeutet werden können.

Hier gibt es bereits erfolgreiche Zusammenarbeiten mit politischen Akteuren und NGOs wie zum Beispiel den jährlichen Game Jam der deutschen Bundeszentrale für Politische Bildung, der zuletzt 2018 zu dem Thema „Diskriminiert, ausgeschlossen, radikalisiert? Game Jam für Respekt und gegen Gewalt“ veranstaltet wurde.<sup>14</sup> Vor allem die Organisation überregionaler Game Jams (wie des *Global Game Jam* und *Ludum Dare*), also an der sich EntwicklerInnen ungeachtet ihres Standorts online beteiligen können, ist dabei mit überschaubaren Kosten verbunden, da die einzige Voraussetzung dafür die Vernetzung der TeilnehmerInnen ist. Die Herausforderung ist vielmehr mittels Öffentlichkeitsarbeit interessierte TeilnehmerInnen zu er-

13) Ausführlich nachzulesen in: Eugen Pfister, "Which Button do I have to press if I want to play Europe?" Imaginationen der europäischen Integration im digitalen Spiel in Historische Mitteilungen 29/2017, 177-192.

14) „Bpb:game jam wiki“ URL: <https://game-jam.bpb.de/doku.php?fbclid=IwAR113u5jmBBant5xrBEDsNRAFD6LcSRMa4YrvlMS5XCXNWDblEORxQMjPIl> (15.09.2019).





reichen und anzusprechen. Hier könnte durch die gezielte Kooperation mit bereits etablierten OrganisatorInnen innerhalb kurzer Zeit eine große Anzahl interessierter EntwicklerInnen erreicht werden. In Österreich könnte so zum Beispiel auf die Erfahrungen bereits etablierter Game Jam-OrganisatorInnen wie Johanna Pirker von der TU Graz und Phil Gosh zurückgegriffen werden, die alljährlich im Rahmen der Global Game Jams einen "Global Game Jam Graz"<sup>15</sup> organisieren.

Eine spannende Anwendungsmöglichkeit zeigt uns auch die Arbeit von "Playful Solutions" (Konstantin Mitgutsch und Lena Robinson), die gefördert vom österreichischen Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung im Rahmen des Projektes "We make games" an 25 österreichischen Schulen mit SchülerInnen bei der Umsetzung von Spielideen geholfen haben.<sup>16</sup>

## 6. Zusammenfassung und Politikempfehlungen

**„Es könnten sowohl lokale als auch überregionale und europäische Game Jams zu konkreten europäischen Themen veranstaltet werden.“**

Um langfristig die Etablierung europäischer Themen in digitalen Spielen zu garantieren, wäre eine einheitliche Förderschiene am zielführendsten. Die zuvor genannten Beispiele zeigen aber auch eindrücklich das Potenzial von Game Jams zu europäischen Themen: Es könnten sowohl lokale als auch überregionale und europäische Game Jams zu konkreten europäischen Themen veranstaltet werden. Dabei sollte das Hauptziel weniger die Entwicklung von kommerziell erfolgreichen Spielen sein, sondern vielmehr, bei der nachwachsenden EntwicklerInnen-Generation und im Austausch mit Journalis-

tinInnen, WissenschaftlerInnen usw., ein Bewusstsein für die Sinnhaftigkeit und Zukunft der Europäischen Integration zu erwecken, auf das sie dann im weiteren Verlauf ihrer Karrieren zurückgreifen können. Sie funktionieren dementsprechend als MultiplikatorInnen. Dasselbe gilt für vergleichbare Projekte an Schulen. Die Übersetzung konkreter Themen, wie z.B. die Integrationsgeschichte der unmittelbaren Nachkriegszeit in digitale Spiele ist dabei ein extrem starker Lernmoment. Zugleich könnte aber auch die Übersetzung in einen spielerischen Rahmen dabei helfen, politischen AkteurInnen zu zeigen wie sich die Arbeit der EU besser kommunizieren lässt.

## Weiterführende Literatur

- Thomas Meyer, Die Identität Europas, Frankfurt am Main 2004.
- Eugen Pfister, Europa im Bild. Imaginationen Europas in Wochenschauen in Deutschland, Frankreich, Großbritannien und Österreich 1948–1959, Göttingen 2014.
- Eugen Pfister, "Which Button do I have to press if I want to play Europe?" Imaginationen der europäischen Integration im digitalen Spiel in Historische Mitteilungen 29/2017, 177-192.
- Wolfgang Schmale, Geschichte und Zukunft der Europäischen Identität, Stuttgart 2008.

15) „Global game Jam Graz 2019“, URL: <http://gamedevgraz.at/event/global-game-jam-2018-2/> (15.09.2019)

16) „Playful Solutions“, URL: <http://www.playfulsolutions.net/we-make-games/> (15.09.2019)



## Über den Autor

**Dott. Ric. Dr. phil. Eugen Pfister** leitet seit 2018 das SNF-Ambizione-Forschungsprojekt "Horror-Game-Politics" (<https://hgp.hypotheses.org/>) an der Hochschule der Künste Bern - HKB. Er hat an der Universität Wien und an der Universität Paris IV Geschichte und Politikwissenschaft studiert und anschließend an der Goethe-Universität Frankfurt am Main und an der Università degli studi di Trento zu Europabildern in Wochenschauen promoviert. Von 2016 bis 2017 war er wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kulturwissenschaft und Theatergeschichte an der Österreichischen Akademie der Wissenschaften. Er unterrichtet seit 2010 an der Universität Wien und an der Donau Universität Krems Geschichte und Game Studies und ist Gründungs-Mitglied des Arbeitskreises „Geschichtswissenschaft und Digitale Spiele“ (<https://gespielt.hypotheses.org/>).

**Kontakt:** [eugen.pfister@univie.ac.at](mailto:eugen.pfister@univie.ac.at)

## Über die ÖGfE

Die Österreichische Gesellschaft für Europapolitik (ÖGfE) ist ein parteipolitisch unabhängiger Verein auf sozialpartnerschaftlicher Basis. Sie informiert über die europäische Integration und steht für einen offenen Dialog über aktuelle europapolitische Fragen und deren Relevanz für Österreich. Sie verfügt über langjährige Erfahrung im Bezug auf die Förderung einer europäischen Debatte und agiert als Katalysator zur Verbreitung von europapolitischen Informationen.

### ISSN 2305-2635

Die Ansichten, die in dieser Publikation zum Ausdruck kommen, stimmen nicht unbedingt mit jenen der ÖGfE oder jenen, der Organisation, für die der Autor arbeitet, überein.

### Schlüsselwörter

Europäische Identität, Computerspiele, Politische Identität, Politische Kommunikation, Europäische Integrationsgeschichte, Game Jam, Zivilgesellschaft, Öffentlichkeit

### Zitation

Pfister, E. (2019). *Press X to Unify Europe: Digitale Spiele und ihr Potenzial für eine kollektive europäische Identität*. Wien. ÖGfE Policy Brief, 13'2019

### Impressum

Österreichische Gesellschaft für Europapolitik  
Rotenhausgasse 6/8-9  
A-1090 Wien, Österreich

**Generalsekretär:** Mag. Paul Schmidt

**Verantwortlich:** Dr. Susan Milford-Faber

Tel.: +43 1 533 4999

Fax: +43 1 533 4999 – 40

E-Mail: [policybriefs@oegfe.at](mailto:policybriefs@oegfe.at)

Web: <http://oegfe.at/policybriefs>