

Konsumentenschutz im Mobile Gaming

Computerspiele („Gaming“) haben sich als **globaler und bedeutender Wirtschaftssektor** etabliert. Die globalen Umsätze werden für 2023 auf 184 Milliarden Dollar geschätzt, knapp die Hälfte davon entfällt auf den Bereich der Computerspiele auf mobilen Endgeräten („Mobile Gaming“).¹ Das **Smartphone** ist auch die mit Abstand beliebteste Spieleplattform bei Kindern und Jugendlichen. **Geld in digitalen Spielen auszugeben**, ist für viele Minderjährige mittlerweile normal. 55 Prozent der Schüler:innen in Österreich zwischen zehn und 19 Jahren geben an, bereits Geld in Spielen ausgegeben zu haben, durchschnittlich 170 Euro pro Jahr.²

Mit dem zunehmenden Erfolg von Mobile Gaming ging auch ein **Wandel der Geschäftsmodelle** einher. Während früher für den Erwerb eines Spiels ein einmaliger Kaufpreis bezahlt werden musste, ist die Installation mittlerweile meist kostenlos (sogenannte „Free-to-Play“-Spiele). Die Monetarisierung erfolgt erst während des Spiels – vorwiegend über sogenannte „In-App-“, bzw. „In-Game-Käufe“. Um Spieler:innen zu In-Game-Käufen zu bewegen, setzen Spielehersteller auf manipulative Designs und Techniken, die häufig unter dem Begriff „Dark Patterns“ zusammengefasst werden. Solche „Dark Patterns“ werden beispielsweise mit den Schlagwörtern „Wait-to-Play“, „Playing by Appointment“, „Artificial Scarcity“, „Anchoring“, „Daily Rewards“, „narrativer/emotionaler Druck“ und „zufallsgenerierte Inhalte“ (z. B. sogenannte „Lootboxen“) umschrieben. Insgesamt fällt auf, dass bei Mobile Games eine Reihe **problematischer bzw. nachdrücklicher Methoden** zum Einsatz kommt, um Spieler:innen zu möglichst hohen Aus-

gaben zu verleiten. Dieser Eindruck verstärkt sich gerade im Hinblick auf die **vulnerable Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen**.

Angesichts dieser Entwicklungen rückt Mobile Gaming verstärkt in den **Fokus des Konsumentenschutzes**. Lange Zeit konzentrierte sich die konsumentenschutzrechtliche Diskussion auf das Phänomen der „Lootboxen“. Im Rahmen der für die Studie „Konsumentenschutz im Mobile Gaming“³ durchgeführten Spieletests konnten aber **eine Reihe weiterer problematischer Geschäftspraktiken der Gaming-Industrie** festgestellt werden:

- Kein ausreichender Kostenhinweis bei Free-to-Play-Spielen,
- Manipulation beim Kauf von In-Game-Währung,
- fehlende Kostentransparenz beim Kauf mit In-Game-Währung,
- an Kinder gerichtete Werbung,
- simuliertes Glücksspiel und Lootboxen,
- Manipulation mittels Artificial Scarcity und sogenanntes „Nudging“,
- soziale und algorithmenbasierte Dark Patterns,
- schwache Methoden zur Altersüberprüfung.

Diese Geschäftspraktiken führen dazu, dass **vulnerable Gruppen wie Kinder oder spielsuchtgefährdete Personen** vielfach Kaufentscheidungen treffen, die sie ansonsten nicht treffen würden. Nachfolgend sollen vier generelle Probleme hervorgehoben und mögliche Maßnahmen zur Lösung dieser Probleme skizziert werden.

1 Wijman, T. (2023, 19. Dezember). Newzoo's year in review: the 2023 global games market in numbers. <https://newzoo.com/resources/blog/video-games-in-2023-the-year-in-numbers>

2 Meschik, M., Fussi, J., Stuhlpfarrer, E., & Wächter, N. (2024). Insert Coin to Continue. Nutzung aktueller Finanzierungsmodelle digitaler Spiele von Kindern und Jugendlichen in Österreich. Universität Graz. <https://doi.org/10.25364/401.2024.1>

3 ÖIAT – Österreichisches Institut für angewandte Telekommunikation. (2024). Konsumentenschutz im Mobile Gaming.: https://www.oiat.at/konsumentenschutz_mobilegaming

Generelles Problem: **Minderjährige Personen fallen manipulativen Techniken und Provokationen zu Geldausgaben besonders leicht zum Opfer.**

Die Lösung dieses Problem setzt einen kombinierten Ansatz aus Gesetz und Selbstregulierung voraus. Einerseits könnte der Einsatz gewisser manipulativer Spielmechaniken („Dark Patterns“), wie zB „Künstliche Verknappung“, als unlautere Geschäftspraktik im Anhang der UGP-RL definiert werden. Andererseits müssen sich die Spielehersteller zu höheren Verbraucherschutzstandards und ethischem Spieledesign verpflichten. Spieleanbieter sollten dafür insbesondere das Alter ihrer Nutzer:innen effektiv überprüfen sowie minderjährigen Personen keinen Zugang zu bestimmten Spielen bieten oder Ausgaben limitieren. Für eine effektive Altersüberprüfung käme eine verpflichtende Verwendung der e-ID oder alternativ die Schaffung eines einheitlichen Standards der effektiven Onlinealtersüberprüfung innerhalb der Gaming-Industrie in Frage. Den Betreibern der App-Stores kann aufgrund ihrer zentralen Rolle bei der Kaufabwicklung dabei eine besondere Verantwortung zukommen.

Generelles Problem: **Die spielende Person kann im Free-to-Play-Modell zu Beginn des Spiels die durchschnittlich anlaufenden Kosten schwer abschätzen und verliert aufgrund der Vielzahl der (kleinen) Transaktionen leicht den Überblick über ihre bisherigen Ausgaben.**

Um diesem Problem zu begegnen, müssten App-Store-Betreiber als zentrale Akteure bei der Abwicklung von Transaktionen im Mobile Gaming klare Informationen über die durchschnittlichen Kosten eines/einer (aktiven) Nutzers/Nutzerin dieses Spiels anbieten sowie jedem/jeder Spieler:in individuell Informationen über seine/ihre bisherigen Gesamtausgaben in einem Spiel zur Verfügung stellen. So könnte eine höhere Kostentransparenz im Free-To-Play-Modell erreicht werden.

Generelles Problem: **Die spielende Person kann den Wert von In-Game-Währungen und den Wert von digitalen Inhalten schwer einschätzen.**

Spieleanbieter müssten beim Kauf klare Informationen über den Preis einer Einheit der In-Game-Währung anbieten und beim Kauf mit In-Game-Währung über den Preis des digitalen Inhalts in realer Währung informieren. So könnten Angebote beim Kauf von In-Game-Währung besser verglichen und eine höhere Kostentransparenz beim Kauf mit In-Game-Währung sichergestellt werden.

Generelles Problem: **Suchtgefährdete Spieler:innen werden durch simuliertes Glücksspiel zu wiederholten Ausgaben provoziert.**

Im Rahmen des simulierten Glücksspiels sollte auf Spieler:innenschutzmaßnahmen aus dem traditionellen Glücksspielbereich (Selbstlimitierungs- und Fremdlimitierungstools) zurückgegriffen werden. Spiele, die simuliertes Glücksspiel beinhalten, sollten erst für Personen ab dem vollendeten 18. Lebensjahr freigegeben werden. Außerdem sollte durch das Einbauen von Hemmschwellen (z. B. die Einhaltung von Informationspflichten beim Kauf von zufallsabhängigen Inhalten oder die Weiterleitung in In-Game-Stores oder App-Stores für den Kauf von digitalen Inhalten) ein problematisches hochfrequentes Kaufverhalten durchbrochen werden.

Insgesamt nehmen unfaire Geschäftspraktiken im Mobile Gaming einen zunehmend prominenten Platz auf der Konsumentenschutzagenda ein. Daher empfiehlt sich eine **Koordination und ein Ausbau der Konsumentenschutzaktivitäten auf europäischer Ebene** (von Marktmonitoring über vertiefende Analysen bis hin zur konkreten Ausarbeitung möglicher rechtlicher Maßnahmen).

Kontakt:

Österreichisches Institut für angewandte Telekommunikation
office@oiat.at
 +43 1 595 21 12 0