

UNFAIRE PRAKTIKEN UND MANIPULATIVES DESIGN IN ONLINE-GAMES & AUF SPIELE-PLATTFORMEN

Ein Praxischeck

11. März 2025

Impressum

**Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände –
Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.**

Marktbeobachtung Digitales
mbdigitales@vzbv.de

Rudi-Dutschke-Straße 17
10969 Berlin

Der Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. ist im Deutschen Lobbyregister und im europäischen Transparenzregister registriert. Sie erreichen die entsprechenden Einträge [hier](#) und [hier](#).

INHALT

VERBRAUCHERRELEVANZ	3
ZUSAMMENFASSUNG	3
I. UNFAIRE PRAKTIKEN	4
1. Unmittelbare Kaufaufforderungen	4
2. Intransparente Preisdarstellung	5
3. Verwirrende Angebote	5
4. Belohnung gegen Werbung	5
II. MANIPULATIVES DESIGN	6

VERBRAUCHERRELEVANZ

Online-Gaming ist im Trend und besonders bei jüngeren Verbraucher:innen beliebt: Mehr als die Hälfte der Deutschen (53 Prozent) ab 16 Jahren spielt zumindest hin und wieder Video- oder Computerspiele.¹ EU-weit werden Online-Spiele von 73 Prozent der Kinder im Alter von 6 bis 10 Jahren und 84 Prozent der Kinder im Alter von 11 bis 14 Jahren gespielt.²

Das Geschäftsmodell der Spiele-Entwickler basiert heute stark auf In-Game-Käufen. 2020 verdienten sie mit In-Game-Käufen weltweit mehr als 50 Milliarden US-Dollar (ca. 46 Milliarden Euro).³ Knapp vier von zehn befragten Gamer:innen haben bereits Geld für kostenpflichtige Zusatzinhalte wie zum Beispiel In-Game-Währung⁴ ausgegeben.⁵

Unfaire Praktiken im Kontext von In-Game-Käufen wie direkte Kaufaufforderungen können für Verbraucher:innen sehr kostspielig werden. Gepaart mit manipulativem Design wie Anreize für tägliches Einloggen, Countdowns oder Hervorhebungen sind unfaire Praktiken besonders perfide. Problematisch ist deren Einsatz insbesondere in Spielen, die sich auch an Kinder und Jugendlichen richten. Aufgrund ihrer geschäftlichen Unerfahrenheit sind sie besonders anfällig für Manipulationen.

ZUSAMMENFASSUNG

Der Verbraucherzentrale Bundesverband hat mit einem Praxischeck überprüft, ob und wie ausgewählte Plattformbetreiber und Anbieter von Online-Spielen⁶ bestimmten gesetzlichen Anforderungen nachkommen. Teil der Untersuchung war unter anderem die Ausgestaltung von Kaufangeboten, die Darstellung von Preisen für virtuelle Gegenstände sowie der Einsatz von manipulativem Design („Dark Patterns“). Der vzbv hat rechtliche Schritte gegen alle geprüften Anbieter eingeleitet.

Bei den untersuchten Spielen fanden sich unfaire Praktiken wie Kaufaufforderungen – auch an Minderjährige, intransparente Preisdarstellungen sowie für Nutzer:innen nicht nachvollziehbare oder verwirrende Angebote im Kontext von In-Game-Käufen. Beobachtet wurden diese Praktiken auch in Kombination mit manipulativem Design („Dark Patterns“). Dieses Zusammenspiel kann zum Beispiel den Druck auf Verbraucher:innen erhöhen.

¹ Vgl. Bitkom (2024): <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Haelfte-Deutschen-zockt-Video-Computerspiele>

² Vgl. EU Kommission (2022): <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52022DC0212>

³ Vgl. WBS Legal (2024): <https://www.wbs.legal/medienrecht/eu-beschwerde-wegen-videospielen-geht-es-jetzt-in-app-kaeufen-an-den-kragen-79000/>

⁴ In-Game-Währungen sind virtuelle Währungen in Online-Spielen, die erspielt oder gegen Echtgeld gekauft werden können. Teilweise gibt es mehrere In-Game-Währungen in einem Spiel.

⁵ Vgl. vzbv (2022): https://www.vzbv.de/sites/default/files/2023-05/vzbv_Befragung_Lootboxen_2022.pdf

⁶ Geprüft wurden die Angebote folgender fünf Anbieter: Epic Games (Spiel: Fortnite, Plattform: Epic Games Store), Roblox Corporation (Spiel: Adopt me!, Plattform: Roblox), Supercell (Spiel: Clash of Clans), Scopely (Spiel: Monopoly Go), Sybo ApS (Spiel: Subway Surfers). Der Praxischeck wurde zwischen dem 23. Juli und 23. September 2024 durchgeführt. Die Auswertung erfolgte anhand eines vorher entwickelten Prüflaufplans, der sich an festgelegten Prüfpunkten orientiert. Geprüft wurden die zum Testzeitpunkt aktuellsten Versionen der Spiele auf einem Samsung Galaxy S23 (Android 14). Der Download der Spiele fand über den Google Play Store bzw. den Epic Games Store statt. Die Dokumentation erfolgte mit Screenshots und –videos. Die Auswahl der geprüften fünf Anbieter für diesen Praxischeck erfolgte auf Basis der von BEUC koordinierten Aktion „Game Over“ zum Thema Intransparenz bei In-Game-Währung in Online-Spielen: <https://www.beuc.eu/game-over>

Alle fünf Spiele beziehungsweise Plattformen setzen manipulatives Design ein. Mit Techniken wie Countdowns, Hervorhebungen, Anreizen für tägliches Spielen oder Belohnungen für das Ansehen von Werbung versuchen Anbieter die Nutzer:innen in ihrer Entscheidung maßgeblich zu beeinflussen. „Dark Patterns“ scheinen fester Bestandteil des Monetarisierungsmodells mancher Games zu sein. Beim Praxischeck des vzbv wurden manipulative Praktiken beobachtet, die spezifisch auf das Marktsegment des Online-Gaming ausgerichtet sind wie „Pay-to-skip“ oder Belohnungssysteme. Anbieter verfolgen mit ihnen das Ziel, Nutzer:innen zum Geldausgeben zu verleiten, zur Datenpreisgabe zu bringen und/oder dazu, mehr Zeit im Spiel zu verbringen.

Manche dieser Praktiken (wie Belohnungen für tägliches Einloggen oder für das Anschauen von Werbung sowie Lootboxen) sind nach Ansicht des vzbv geeignet, ein exzessives Spielverhalten zu begünstigen. Sie können suchtvorstärkend beziehungsweise -auslösend wirken. Gerade minderjährige Spieler:innen sind durch ihre Unerfahrenheit und ihren Spieltrieb anfällig für Manipulationen durch Anbieter.⁷ Damit sind manipulative Designs in Games auch von großer Relevanz für den gesundheits- beziehungsweise suchtpolitischen Bereich, die Glücksspielregulierung und den Jugendschutz.

Aus Sicht des vzbv haben alle fünf Anbieter unfaire oder manipulative Praktiken eingesetzt. Der vzbv hat fünf Unterlassungsverfahren – unter anderem wegen möglichen Verstößen gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) – eingeleitet. In zwei Fällen hat der vzbv unter anderem Verstöße gegen das „Dark Patterns“-Verbot auf Grundlage des Artikel 25 des Digital Services Act (DSA) beanstandet. Der Geltungsbereich des DSA ist jedoch eingeschränkt. Die DSA-Regelung greift nur für Plattformen – für Websites, Online-Händler und -Games gibt es keine Entsprechung im UWG beziehungsweise der UGP-Richtlinie⁸.

Vier der fünf eingeleiteten Verfahren konnten durch die Abgabe von Unterlassungserklärungen außergerichtlich beendet werden. Gegen einen Anbieter hat der vzbv Klage erhoben.

I. UNFAIRE PRAKTIKEN

1. UNMITTELBARE KAUFANFORDERUNGEN

In drei der fünf untersuchten Spiele arbeiten Anbieter mit unmittelbaren Kaufangeboten. Das Spiel „Monopoly Go“ blendet zum Beispiel beim Öffnen der App direkt ein Pop-Up-Fenster ein. Spieler:innen werden so mit Angeboten konfrontiert, ohne zuvor aus eigenem Antrieb den Spiele-Shop besucht zu haben. Im Spiel „Clash of Clans“ werden die Nutzer:innen durch die Verwendung des Imperativs („Zugreifen!“) in Verknüpfung mit einem konkreten Angebot zum Kauf aufgefordert.

Zusätzlich setzen die Spielehersteller weitere manipulative Praktiken ein: Sie versehen Angebote beispielsweise mit Countdowns, um Nutzer:innen unter Zeitdruck⁹ zu setzen. Im Spiel Adopt Me! (Spieleplattform: Roblox) ist das Kaufangebot sogar fortlaufend im

⁷ Vgl. Jugendschutz.net (2021): https://www.jugendschutz.net/fileadmin/daten/publikationen/praxisinfos_reports/report_dark_patterns.pdf

⁸ Vgl. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=celex%3A32005L0029>

⁹ Der ablaufenden Timer schränkt die Entscheidungsfreiheit der Nutzer:innen aus Sicht des vzbv maßgeblich ein. Sie informieren sich möglicherweise nicht mehr ausreichend über alternative Angebote.

oberen Bildschirmrand als kleines Icon sichtbar.¹⁰ So wird es den Spieler:innen immer wieder in Erinnerung gerufen. In einem anderen Spiel wird die Kaufaufforderung verstärkt durch einen Pfeil rechts unten am Bildschirmrand, der zum Shop deutet (Clash of Clans).

2. INTRANSPARENTE PREISDARSTELLUNG

Bei den eingblendeten Kaufangeboten fehlt zudem immer wieder die Preisangabe. Beim Spiel Adopt me! (Spieleplattform: Roblox) ist der Button lediglich mit „Jetzt kaufen“ beschriftet. Erst nach dem Anklicken des Buttons und damit dem Treffen der Kaufentscheidung erfahren Nutzer:innen, dass nicht genügend Guthaben der In-Game-Währung „Robux“ vorhanden ist. Daraufhin können Nutzer:innen gleichzeitig „Robux“ und den ausgewählten Artikel kaufen. Jedoch bietet die Plattform die In-Game-Währung nur in Paketen festgelegter Größe an (40, 80, 400, 800, 1.700 usw.). Nutzer:innen haben nicht die Möglichkeit, nur den Wert des beworbenen Gegenstandes in „Robux“ zu erwerben. Sie werden gezwungen, ein „Paket“ zu erwerben, das mehr „Robux“ als nötig enthält. Dabei wird die fehlende Gleichwertigkeit der angebotenen Items (zum Beispiel 89 „Robux“ für einen virtuellen Gegenstand) und den angebotenen Paketen deutlich. So bleibt ein Restguthaben in der virtuellen Währung, der Spieler:innen animieren kann, weitere Käufe zu tätigen.

Die Angabe von Preisen erfolgt in allen fünf untersuchten Spielen beziehungsweise Plattformen ausschließlich oder teilweise in In-Game-Währung – ohne Bezugnahme zu realen Preisen. Die Spieleplattform Roblox ermöglicht kombinierte Käufe, ohne dass Gesamtpreise angegeben werden. Im Spiel „Fortnite“ von Epic Games wird mit einer Preisherabsetzung beziehungsweise einem Rabatt für virtuelle Gegenstände in der In-Game-Währung „V-Bucks“ geworben. Dabei wird neben dem Kaufpreis ein durchgestrichener Preis gezeigt. Für Verbraucher:innen bleibt es im Unklaren, auf welchen Preis sich der durchgestrichene Preis und der Rabatt beziehen.

In-Game-Währung verschleiern die echten Kosten von In-Game-Käufen. Die Angabe von Preisen in In-Game-Währung ohne jegliche Bezugnahme zu realen Preisen kann Spieler:innen zu Kaufentscheidungen zu veranlassen, die sie andernfalls nicht getroffen hätten.

3. VERWIRRENDE ANGEBOTE

Im Spiel „Monopoly Go“ verwirrt das Angebot „Bankenrausch Starterpaket“. Es beinhaltet laut Anbieter 110 Würfel, 30.000 Dollar sowie drei Sticker und wird unter der Angabe „370 % MEHR!“ beworben. Für Nutzer:innen ist nicht nachvollziehbar, worauf sich „370 % MEHR!“ bezieht. Eine Einschätzung der Einsparung oder ein Vergleich des Angebots mit anderen Angeboten ist nicht möglich.

Das Starterpaket in Clash of Clans wird beworben mit „10 x Wert“. Nutzer:innen erfahren jedoch nicht, was unter der Angabe „10 x Wert“ zu verstehen ist. Das Paket beinhaltet zwei Bestandteile, von denen ein Bestandteil im Shop nicht einmal angeboten wird. Wie der Preisvergleich „10 x Wert“ berechnet werden soll, bleibt aus Sicht des vzbv völlig unklar.

4. BELOHNUNG GEGEN WERBUNG

Das Spiel Subway Surfers fordert Nutzer:innen auf: „*Sieh dir mehr Werbevideos an, um alle Belohnungen zu verdienen, bevor die Zeit abläuft!*“. Vor Ablauf eines Timers sollen

¹⁰ Vermutlich bis zum Ablauf des Timers.

Spieler:innen bis zu zehn Werbevideos ansehen, um virtuelle Gegenstände als Belohnungen zu erhalten. Mit den in Aussicht gestellten Belohnungen ist ein schnellerer Spielfortschritt denkbar. Diese Aufforderung kann gerade auf Minderjährige Druck ausüben, sich die Werbung anzusehen.

Zusätzlich trägt das Pop-Up-Fenster die Überschrift „Tägliche Belohnungen“. An anderer Stelle wird dazu aufgerufen: „Spiele täglich, um Belohnungen zu erhalten!“. Das in Aussicht stellen von Belohnungen für einen täglichen Besuch des Spiels ist dazu geeignet, Nutzer:innen dazu zu verleiten, das Spiel täglich zu spielen.

Ebenfalls im Spiel Subway Surfers werden Spieler:innen „Bis zu 10.000 Münzen“ als Belohnung für das Schauen von Werbung versprochen. Im Praxischeck lag die tatsächliche Menge jedoch um ein Vielfaches unter der angepriesenen Menge.¹¹

UNFAIRE PRAKTIKEN GEFÄHRDEN KINDER UND JUGENDLICHE

In den untersuchten Spielen finden sich direkte Kaufaufforderungen, intransparente Preisdarstellungen sowie für Nutzer:innen nicht nachvollziehbare oder verwirrende Angebote. Beobachtet wurden diese Praktiken immer wieder in Kombination mit manipulativem Design („Dark Patterns“). Dieses Zusammenspiel kann ihre Wirkung erhöhen. Besonders gefährdet sind dabei minderjährige Gamer:innen. Die getesteten Spiele richten sich nach Ansicht des vzbv unter anderem an Kinder bzw. werden überwiegend von solchen genutzt.¹²

II. MANIPULATIVES DESIGN

Der Praxischeck macht eine Vielzahl an unterschiedlichen manipulativen Designpraktiken sichtbar (siehe Dokument „Ergänzende Informationen und Einordnungen zu *Dark Patterns in Online-Games & auf Spiele-Plattformen*“). „Dark Patterns“ offenbaren sich als feste Bestandteile des Monetarisierungsmodells von Spiele-Anbietern und -Plattformen. Sie können geeignet sein, ein exzessives Spielverhalten zu begünstigen und sind in der vorliegenden Form problematisch, da sie Spieler:innen dazu bringen können, mehr Geld auszugeben, mehr Daten preiszugeben und/oder mehr Zeit im Spiel zu verbringen, als sie ursprünglich wollten.¹³ Gerade minderjährige Nutzer:innen können durch die Manipulationen der Anbieter gefährdet sein.

Folgende Wirkweisen von „Dark Patterns“ in Online-Games und auf Spiele-Plattformen sieht der vzbv auf Basis des Praxischecks:

- Ausgaben der Nutzer:innen maximieren
- Wiederkehr sicherstellen / Nutzer:innen zeitlich an das Spiel binden
- Konsum von Werbung maximieren
- Umfassende Datenpreisgabe der Nutzer:innen anregen

¹¹ Hier wird nach Ansicht des vzbv eine Regulierungslücke deutlich: Die bereits bestehende Vorschrift der aggressiven geschäftlichen Handlung im Sinne des § 4a UWG wird von Gerichten sehr eng ausgelegt. Eine Lösung könnte sein, über Artikel 25 DSA hinaus alle tatbestandlich erfassbaren „Dark Patterns“ auch möglichst konkret in der UGP-RL zu verbieten.

¹² Die Ansprache der Spieler:innen im Game mit „Du“, die einfache oder im Comicstil gehaltene Darstellung oder einfach und kurz formulierte Spielanleitungen, können darauf hinweisen, dass sich das Spiel auch an Kinder richtet.

¹³ Vgl. EU Kommission (2022): Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment: Dark patterns and manipulative personalisation: <https://data.europa.eu/doi/10.2838/859030>

 Bekanntheit des Spiels vergrößern**„DARK PATTERNS“ IN ONLINE-SPIELEN STARK VERBREITET**

Beim Praxischeck des vzbv wurden manipulative Praktiken auffällig, die spezifisch auf das Marktsegment des Online-Gaming ausgerichtet sind. Zudem fanden sich Design-Tricks, die auch außerhalb von Online-Spielen vorkommen.

Bei allen fünf getesteten Spielen beziehungsweise Plattformen setzen die Anbieter manipulatives Design ein („Dark Patterns“). Mit Praktiken wie Countdowns, Hervorhebungen, Anreizen für tägliches Spielen, Auto-Play oder Belohnungen für das Schauen von Werbung versuchen Anbieter, Nutzer:innen in ihrer Entscheidungsmaßgeblich zu beeinflussen. Dies kann dazu führen, dass Spieler:innen mehr Geld ausgeben, mehr Daten preisgeben und/oder mehr Zeit im Spiel verbringen, als sie ursprünglich wollten. Manche Praktiken sind geeignet, ein exzessives Spielverhalten zu begünstigen. Sie können suchtvorstärkend beziehungsweise -auslösend wirken. Gerade minderjährige Spieler:innen sind durch ihre Unerfahrenheit und ihren Spieltrieb anfällig für Manipulationen durch Anbieter.